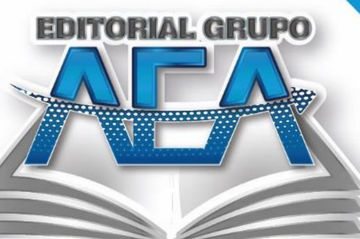
Resultados Científicos de la Investigación Multidisciplinaria desde la Perspectiva Ética

2022

Vernaza-Arroyo, Girard David
Mina Bone, Santos Geovanny
Flores Alvarado, Edith Alejandra
Rueda Orozco, Gabriela Jeniffer
Zambrano Vélez, Dayana Lilibeth
Casanova-Villalba, César Iván
Intriago Sánchez, Janina Estefanía
Molina Valdez, Laura Alejandra
Moreira Vera, Nathaly Carolina
Proaño-González, Esther Angélica
Escobar Quiña, Josselyn Dayana
Gómez Pacheco, María Isabel
Cruz Campos, Diana Carolina
Salgado Ortiz, Patricia Janella
Avilés Bravo, Víctor Israel
Espín Chila, Damari Mayte
Fuentes Mora, Anshelo Marcell
Ruiz Zambrano, Lina Gissella
Benavidez Mendoza, María Gabriela
Cobeña Infante, Nathaly Narcisa
Cheme Baque, María Gabriela
Macias Loor, Jazmina Mariela
Andrade Conforme, Carelys Liseth
Pilatuña Vélez, Luis David
Pin Zamora, Luis Fernando



Resultados Científicos de la Investigación Multidisciplinaria desde la

Perspectiva Ética.

Autores:

Vernaza-Arroyo, Girard David
Mina Bone, Santos Geovanny
Flores Alvarado, Edith Alejandra
Rueda Orozco, Gabriela Jeniffer
Zambrano Vélez, Dayana Lilibeth
Casanova-Villalba, César Iván
Intriago Sánchez, Janina Estefanía
Molina Valdez, Laura Alejandra
Moreira Vera, Nathaly Carolina
Proaño-González, Esther Angélica
Escobar Quiña, Josselyn Dayana
Gómez Pacheco, María Isabel
Cruz Campos, Diana Carolina
Salgado Ortiz, Patricia Janella
Avilés Bravo, Víctor Israel
Espín Chila, Damari Mayte
Fuentes Mora, Anshelo Marcell
Ruiz Zambrano, Lina Gissella
Benavidez Mendoza, María Gabriela
Cobeña Infante, Nathaly Narcisa
Cheme Baque, María Gabriela
Macias Loor, Jazmina Mariela
Andrade Conforme, Carelys Liseth
Pilatuña Vélez, Luis David
Pin Zamora, Luis Fernando

Título del libro:
Resultados Científicos de la Investigación Multidisciplinaria desde la Perspectiva Ética
Primera Edición, 2022
Editado en Santo Domingo, Ecuador, 2022
ISBN: 978-9942-7014-3-5

Editado y diseñado por Comité Editorial del Grupo AEA
Hecho e impreso en Santo Domingo - Ecuador

Cita.

Vernaza-Arroyo, G, Mina, S., Flores, E., Rueda, G., Zambrano, D., Casanova-Villalba, C., Intriago, J., Molina, L., Moreira, N., Proaño-González, E., Escobar, J., Gómez, M., Cruz, D., Salgado, P., Avilés, V., Espín, D., Fuentes, A., Ruiz, L., Benavidez, M.,… y Pin, L. (2022). Resultados Científicos de la Investigación Multidisciplinaria desde la Perspectiva Ética. Editorial Grupo AEA.

Cada uno de los textos de la Editorial Grupo AEA han sido sometido a un proceso de evaluación por pares doble ciego externos (double-blindpaperreview) con base en la normativa del editorial.





Grupo AEA
Grupo de Asesoría Empresarial y Académica
www.grupo-aea.com
www.editorialgrupo-aea.com
 Grupo de Asesoría Empresarial & Académica
 Grupoaea.ecuador
 Editorial Grupo AEA

Índice

ISBN: 978-9942-7014-3-5

ISBN: 978-9942-7014-3-5

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Resumen

El presente manuscrito es resultado de investigaciones multidisciplinarias bajo diferentes perspectivas científicas-académicas, mediante la confrontación de criterios de diferentes autores bajo un enfoque descriptivo que señala la importancia de ética en varios escenarios actuales como son la discriminación del trabajo dentro del caso de estudio en Santo Domingo, se resalta la importancia de los principios éticos en los negocios globales, se analiza la perspectiva ética de la publicad en empresas ecuatorianas bajo un enfoque de responsabilidad social, se aborda temáticas como la ética laboral desde la perspectiva de un mercado cambiante, al igual que la ética en organizaciones sociales y por último se abordan el tema el impacto del comportamiento de los individuos dentro de las organizaciones empresariales. Estos estudios se realizan desde una mirada científica y se la acerca a la realidad ecuatoriana.

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Capítulo 1

La discriminación del trabajo desde una perspectiva ética, caso de estudio en la Provincia de Santo Domingo

La discriminación del trabajo desde una perspectiva ética, caso de estudio en la Provincia de Santo Domingo

Work discrimination from an ethical perspective, a case study in the Province of Santo Domingo

Vernaza-Arroyo, Girard David
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: girard.vernaza@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-8591-6154

Mina Bone, Santos Geovanny
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: santos.mina@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-2526-3988

Flores Alvarado, Edith Alejandra
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: edith.flores@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-2690-6148

Rueda Orozco, Gabriela Jeniffer
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: gabriela.rueda.orozco@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-7903-4937

Zambrano Vélez, Dayana Lilibeth
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: dayana.zambrano.velez@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0003-0438-6046

Resumen

En el ámbito empresarial de cualquier entidad se cuenta con un ambiente de competitividad natural, llevando a las personas a querer sobresalir, incluso si ameritan utilizar comportamientos negativos hacia otros colaboradores producto

de estigmatismos creados y acarreados desde los inicios de los asentamientos humanos. El objetivo de la investigación es efectuar un análisis de la discriminación en el trabajo abarcando una perspectiva ética tomando como caso de estudio en la Provincia de Santo Domingo. Se utiliza en la metodología un enfoque de análisis explicativo y comparativo basado en los datos obtenidos por el Centro de Información y Gestión tecnológica de Holguín sobre la ciudad. Se señalan dichos estigmas relacionados a la discriminación generando presencia en distintos sectores dentro de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas donde se evidencia altos niveles de desigualdad al formar parte de una sociedad donde se encasillan a los seres humanos basados a una serie de prejuicios. Finalmente se logra determinar una muestra clara de alta discriminación hacia mujeres embarazadas, personas jóvenes y con capacidades especiales producto de razones relacionadas a beneficio propio u colectivo de los trabajadores de una empresa.

Palabras clave

Discriminación, trabajo, estigma, Santo Domingo, desigualdad

Abstract

In the business environment of any entity, there is an environment of natural competitiveness, leading people to want to stand out, even if they deserve to use negative behaviors towards other collaborators as a result of stigmatism created and carried since the beginning of human settlements. The objective of the research is to carry out an analysis of discrimination at work, encompassing an ethical perspective, taking as a case study in the Province of Santo Domingo. An explanatory and comparative analysis approach based on the data obtained by the Center for Information and Technological Management of Holguín on the city is used in the methodology. These stigmas related to discrimination are pointed out, generating a presence in different sectors within the province of Santo Domingo de los Tsáchilas, where high levels of inequality are evidenced by being part of a society where human beings are pigeonholed based on a series of prejudices. Finally, it is possible to determine a clear sample of high

discrimination against pregnant women, young people and people with special abilities as a result of reasons related to the personal or collective benefit of the workers of a company.

Key words

Discrimination, work, stigma, Santo Domingo, inequality

Introducción

Desde el inicio de la humanidad existe la conformación de grupos, específicamente agrupaciones de labores los cuales llegan a converger en la denominación de lo que es el trabajo, dichas operaciones se ha repartido durante años entre los distintos miembros de las comunidades para asegurar la supervivencia, desenvolviéndose en funciones como: cazadores, agricultores, constructores, recolectores, etc. Algo a tener en cuenta, es la competitividad natural que poseen los seres humanos, dicho anhelo competitivo proviene desde los inicios de nuestra existencia por el afán de ser reconocido o de añorar el crecimiento propio esto ha evidenciado que en el ámbito laboral las personas se encuentren mejor capacitadas y preparadas, manifestando un alto nivel competitividad entre trabajadores.

Las brechas y las diferencias en los oficios se comienzan a evidenciar cuando se establecen las distintas clases o jerarquías laborales, producto del trabajo por designación y la competitividad, dicha forma de trabajo se enfoca en designar trabajadores de alta importancia y otros designados como fuerza laboral reemplazable. Además, se evidencia que dentro de estos grupos los primeros casos de violencia laboral comienzan a surgir, produciendo así las primeras huelgas laborales de toda la historia (Castro & Vázquez, 2015).

A partir de esto, los trabajadores han estado en constante lucha por el trabajo igualitario, en defensa de sus derechos y reconocimiento dentro de las empresas.

En Ecuador la brecha laboral se remonta desde la época del imperio Inca, cuando a estos les correspondía el factor decisivo para la fabricación, durante este periodo

la esclavitud estaba permitida y el trabajo era obligatorio. La esclavitud fue abolida en 1851 durante el gobierno de Urbina posterior a la independencia. En 1938 se promulgó la primera ley para abolir las normas laborales existentes, conocido como Código del Trabajo, diseñado para abordar la relación entre empleadores y empleados en respuesta a la necesidad de eliminar las disparidades salariales y las desigualdades laborales, incluidos los usos y las inconsistencias (Acevedo & Valenti, 2017).

Los derechos laborales fueron establecidos para garantizar la humanización de los derechos humanos de los empleadores y los empleados; mediante la búsqueda de trabajadores que satisfagan sus necesidades y aprecien el buen hacer, tal como tenemos en el Código de Trabajo (2005) mencionando la libertad de trabajo y contratación: el trabajador tiene la libertad de hacer su trabajo legal como mejor les parezca. Tampoco se puede obligar a realizar trabajos sin remuneración alguna. En otras palabras, de acuerdo con la ley, los ecuatorianos son libres de contratar de contratar a sus propios trabajadores y dar a sus trabajadores todos los derechos correspondientes al trabajador.

Con respecto a los hechos actuales, la falta de trabajo en América Latina dificulta la competencia. De acuerdo con la ley, existen principios de inclusión y protección laboral de los grupos vulnerables, tratando así de acercar a estos grupos al entorno laboral, facilitando herramientas útiles para su correcta incorporación al sector que el estado garantizará inclusión entre el personal de las entidades ya sean públicas o privadas a personas con capacidades especiales (Código de Trabajo, 2005)

Además, se tienen artículos con base a la protección de los trabajadores hacia actos discriminatorios, en donde los empleadores que cometan dichos actos serán sancionados y los trabajadores podrán terminar su relación laboral sin ningún perjuicio legal, esto estipulado en el Código del Trabajo Art.195.3 y Art.173.

Las estadísticas muestran que en 2021 existía un nivel de desempleo del 9.6%, en comparación con el nivel obtenido en el 2020, el cual fue del 10.6% según la Organización Internacional del Trabajo conocida como OIT (2017) debido a

esto, se plantea la elaboración de un esquema en el cual a las personas se les facilite ingresar al entorno laboral, obtener una mejor educación y planificación profesional, y que se vean más competitivas y atractivas en el lugar de trabajo. Por otro lado, muchos competidores hacen que sea muy difícil seleccionar al mejor candidato en función de sus méritos.

Si bien se puede pensar que lo más importante en la contratación son las calificaciones del candidato, ahora se conoce que existen muchas variaciones de las mismas que conducen a la negligencia o la eficiencia en las nuevas contrataciones de empleados de empresas públicas y privadas. Pero los hechos son muy diferentes de esta idea. De hecho, toda la corrupción percibida en el país ahora es perpetrada por grandes empresas y se ha sembrado en la comunidad, además de los muchos incidentes que han ocurrido, tanto grandes como pequeños a lo largo de la historia (Castañeda & Díaz, 2020).

El buen trabajo no surge por méritos propios, sino a través del soborno, la interferencia o el "apoyo" a la manera clásica. La discriminación a la que se enfrentan también se aplica a quienes buscan trabajo, y no solo basándose en actos corruptos, más bien en temas de exclusión y privación de la participación social o laboral a razón de pertenecer a una raza, tener una preferencia sexual, discapacidad o en base a la edad del individuo (Aline et. al, 2012).

Tomando esto en consideración se generó el propósito de este artículo, en cual se discute las causas de la segregación por discriminación, específicamente en el ámbito laboral de las empresas de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se buscan las formas en las que la discriminación por etnia, sexo o discapacidad afecta al estado mental y productivo de los trabajadores; su impacto en el desarrollo social-económico tanto dentro de las empresas como fuera de ellas, además indaga en las estrategias adoptadas por las organizaciones estatales y privadas para la reducción de las prácticas discriminatorias y promover el trabajo justo como también la cooperación.

Metodología

El trabajo está delimitado exclusivamente a la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador, el objetivo del estudio es analizar resultados de un sector laboral específico, a través de un enfoque de análisis explicativo y comparativo basado en los datos obtenidos por el Centro de Información y Gestión tecnológica de Holguín que evidencian métodos estadísticos para la evaluación del desempeño de trabajadores de la ciudad de Santo Domingo, el método para la clasificación de los datos toma un índice de referencia utilizando las escalas de Likert para determinar la calificación en escala de acuerdo o desacuerdo entre la consideración de la discriminación en relación con el grupo de pertenencia específicamente ejecutado hacia un segmento de trabajadores. Los datos analizados en torno a las siguientes cuestiones: ¿existe cierta relación entre los entornos donde exista discriminación con la satisfacción?, ¿la ética previene los ambientes de discriminación? Y ¿dicha discriminación es más propensa a un grupo en específico basándose en la edad, género, discapacidad o sector?

Adicionalmente se hace uso del código de ética del GAD municipal de Santo Domingo y de conceptos basados en el trabajo de Prevert Aline para la determinación del comportamiento humano con una perspectiva psicosocial a través de los resultados de satisfacción o discriminación de los trabajadores.

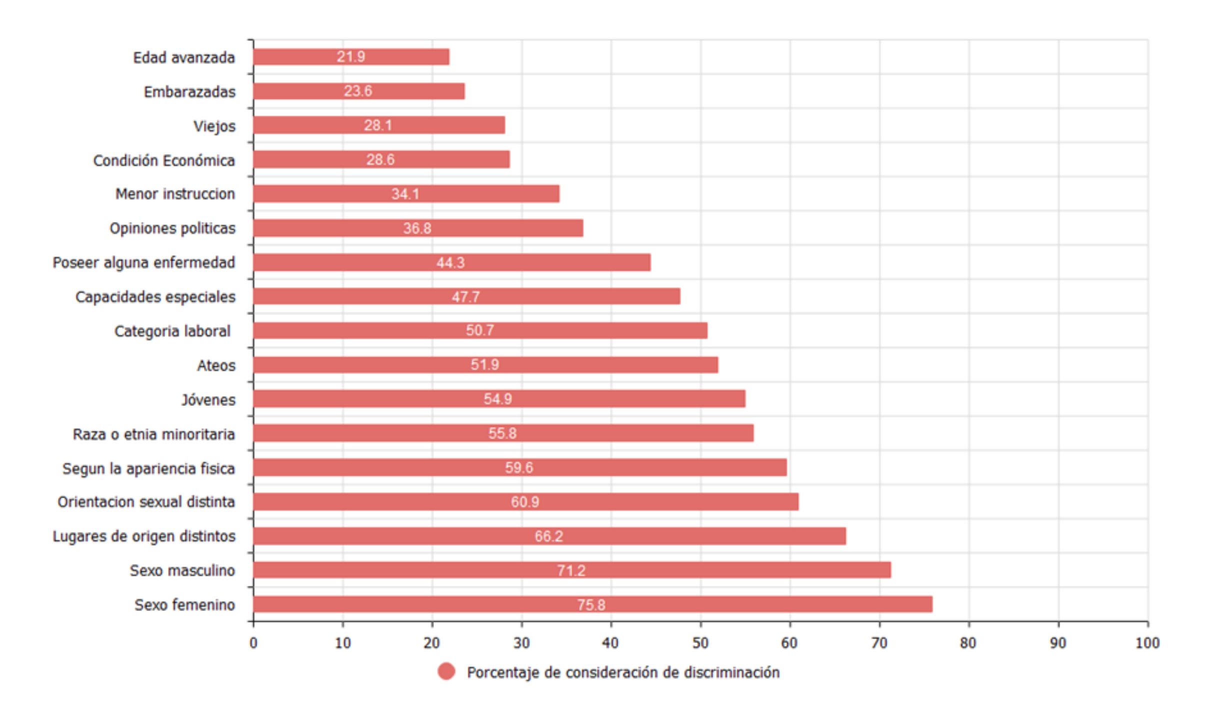
Resultados

Determinación de índice de discriminación: Los estudios determinan indicadores verificables donde existe un tipo de discriminación factual o simbólica. Los datos obtenidos por el Centro de Información y Gestión tecnológica de Holguín respecto a la ciudad de Santo Domingo abarcan distintas categorías ocupacionales, utiliza la técnica de muestreo sistemático de asignación optima la cual se basa en obtener la mayor cantidad de variabilidad que exista entre los individuos para así ser procesados a través de técnicas invariadas y bivariados para la explicación de la discriminación en términos de la evaluación del desempeño laboral. Por consiguiente, se estudian los grupos considerados como propenso a ser discriminados en el ámbito laboral en la siguiente figura.



Figura 1

Grupos considerados discriminados en los entornos laborales



Fuente: Holguín (2018).

En el Grafico 1 se muestran a los grupos de personas que se consideran a sí mismos como propensas a sufrir discriminación y los tipos de esta que pueden presentar, se encontró un gran índice de personas auto percibidas como marginadas por paridades, en mayor proporción dependiendo del sexo del individuo resultado en una desventaja para las mujeres.

Este apartado puede ser influenciado dependiendo de las distintas características que los acompañen, entre ellas, las que se consideraban como sujetas a discriminación el poseer nacionalidades distintas, una edad menor, una raza o apariencia física diferente y dependiendo de su orientación sexual. Además, los índices de autopercepción cambian notoriamente en las personas con edades superiores o que posean opiniones y condiciones distintas, las cuales reflejan un bajo índice de apreciación de la discriminación hacia ellos.

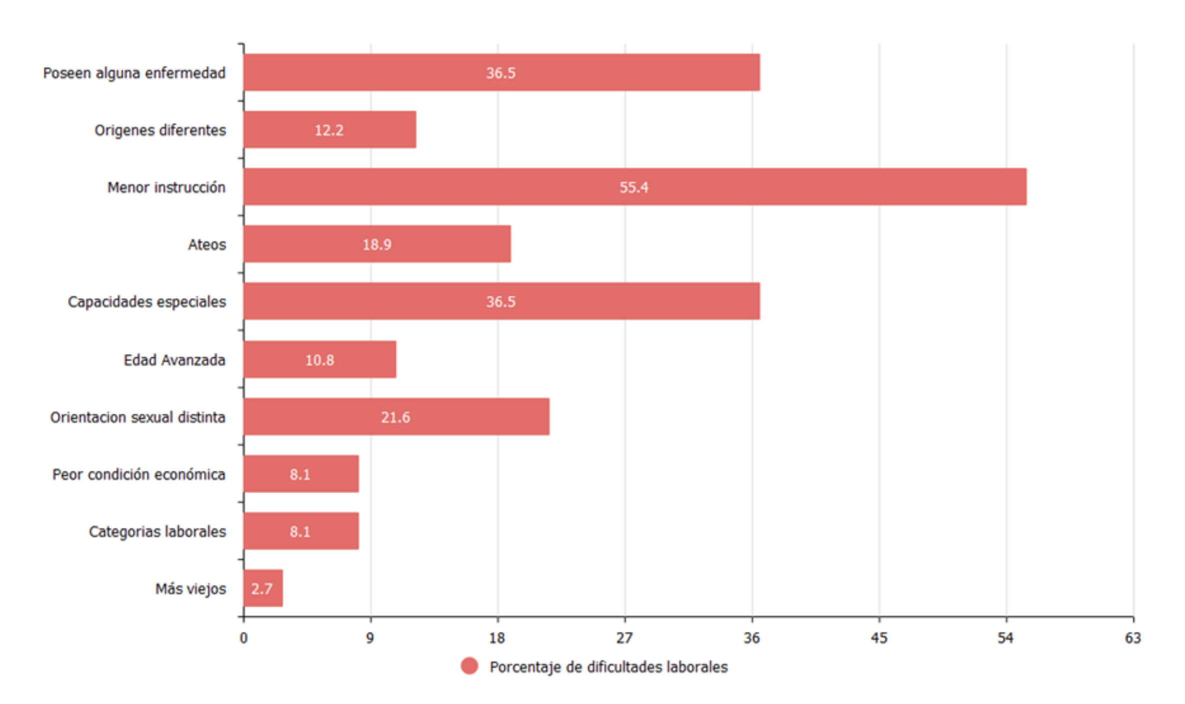
Para complementar estos datos, se establece a continuación en la figura 2 se evidencia la dificultad que padecen estos distintos grupos al momento de ingresar al mercado laboral.

ISBN: 978-9942-7014-3-5



Figura 2

Porcentaje de dificultad sobre grupos para obtener trabajo.



Fuente: Holguín (2018).

En la figura anterior se observa que las personas con una menor instrucción según el indicador educativo, tienen mayor dificultad de acceso al trabajo o sufren de algún tipo de discriminación, seguidas de las personas con capacidades especiales y poseedoras de alguna enfermedad.

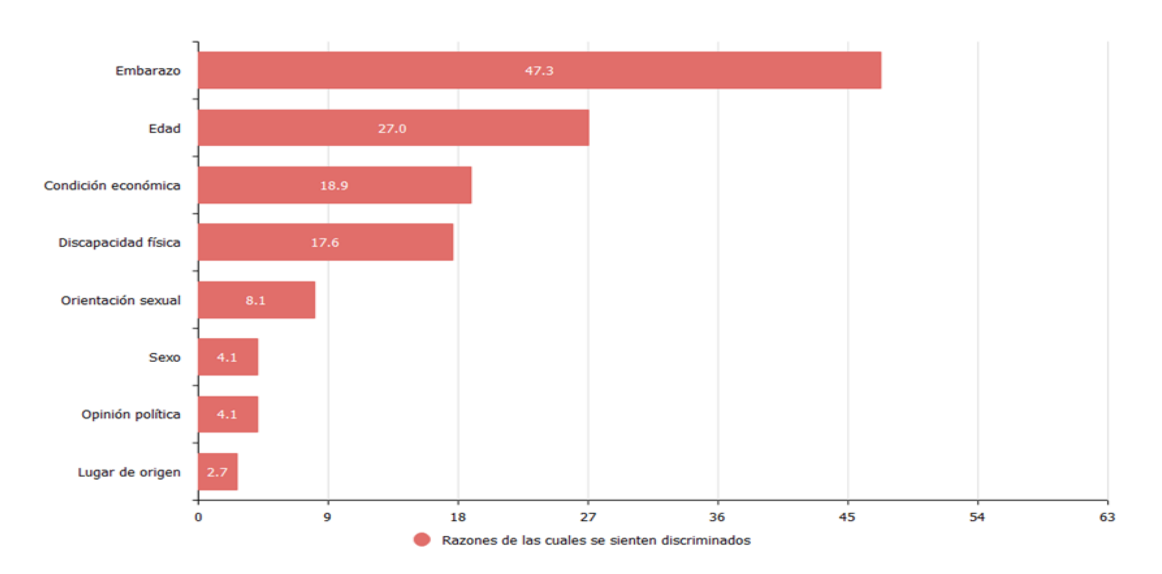
En temas de inclusión, los investigadores presentan un 58.1% de asertividad sobre la toma de decisiones y el reconocimiento de sus capacidades laborales, la mayor parte de individuos consideran que no se sienten discriminados al momento de calificar su desempeño laboral, según el estudio. Además, el 75.7% de los encuestados presentaron desacuerdo acorde a la remuneración por su rendimiento profesional, y tan solo el 19% ha sentido discriminación en ciertas ocasiones en el trabajo, cabe destacar que el 29.7% presentan una posición neutral y mayormente se encuentran sin presentar signos que consideran de carácter discriminatorio. Finalmente, el 33.8% concuerda con el hecho de que la discriminación no afecta al desempeño en el trabajo, el 19% piensa que si afecta y el 47.3% restante mantiene una posición neutral al respecto. En el caso de los

ISBN: 978-9942-7014-3-5

docentes encargados de instruir independientemente del nivel educativo, se encuentra que también existen razones por las cuales se sienten discriminados como se presenta en la siguiente figura.

Figura 3

Razones por las cuales se sienten discriminados los docentes.



Fuente: Holguín (2018).

El gráfico 3 nos muestra las circunstancias de los docentes que se sienten discriminados, entre estas se encuentra como índice superior el embarazo, seguido por la edad y la condición económica. Lo que se puede llegar a entender de esto es que, dentro de los entornos laborales, las personas que se encuentran en periodos de embarazo tienden a tener dificultades para realizar el trabajo asignado, esto provocando que el empleador tenga que otorgar tareas pasivas o alternativas junto con una licencia de discapacidad.

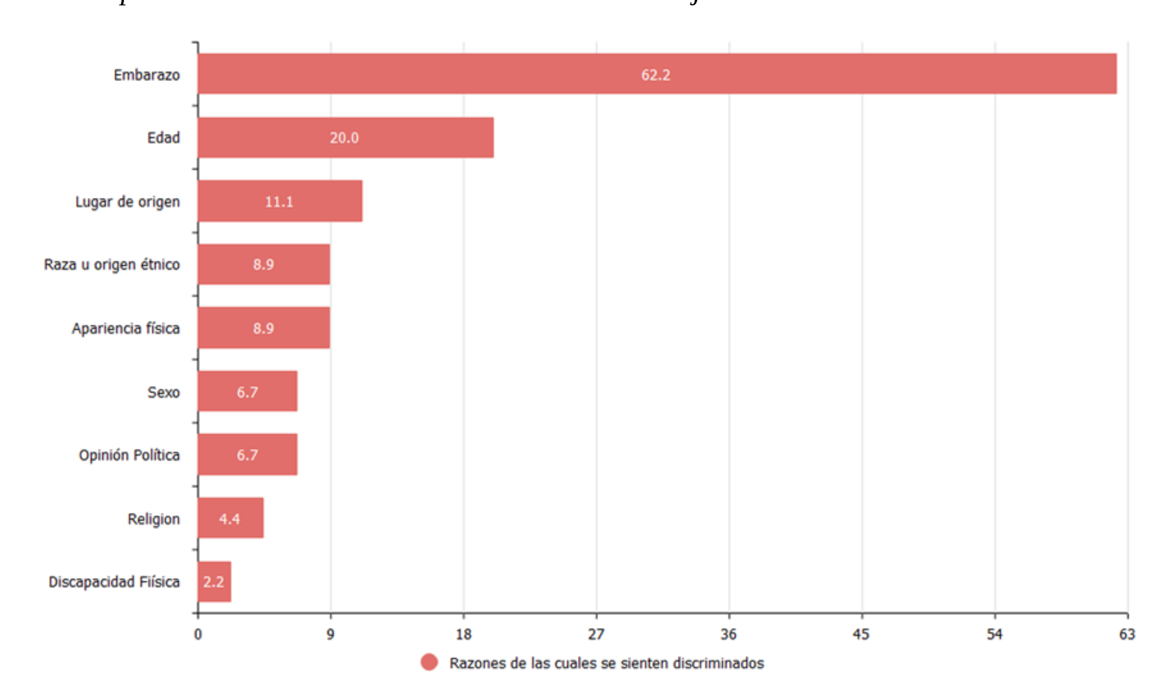
Cabe destacar que los impedimentos que se relacionan con el mismo tienden a ser diabetes gestacional y afecciones relacionadas a la hipertensión. La mayor parte de los empleadores no tienen una capacidad total de adaptación hacia las personas embarazadas, e inclusive las personas aledañas que realizan trabajos dependientes de la persona involucrada en el embarazo también se ven afectadas, produciendo así exclusión dentro de dichos periodos en los cuales se evidencia dentro de las estadísticas marcadas en el gráfico.



Los siguientes puntos se basan en cuestiones basadas directamente en pensamientos asociados de las comunidades, como el hecho de tener mayor edad implicaría una mayor experiencia y por ende una mayor capacidad de realizar los trabajos asignados, por otra parte el nivel socio económico el cual nos indica que las personas están siendo discriminadas debido a una perspectiva del tipo de vida y poder adquisitivo que se pueda llegar a tener y que se considera "adecuado" para el correcto manejo de sus tareas. Esto muestra que las causas discriminatorias más altas precedidas por el embarazo no posean una sustentación general sobre las exclusiones que se ven evidenciadas en la estadística, más bien se trata de pensamientos ideológicos o experiencias adoptadas como hechos, los cuales no vienen siendo de gran utilidad si estos perjudican de forma directa al personal. Por otra parte, la situación de trabajadores en instituciones ya sean privadas o públicas se sienten propenso a ser discriminados debido a las siguientes razones.

Figura 4

Razones por las cuales se sienten discriminados los trabajadores



Fuente: Holguín (2018).

En el gráfico 4 se observan las razones y circunstancias comparativas en trabajadores discriminados que no pertenecen a la docencia, podemos encontrar un índice mayor de personas que ha sufrido de discriminación durante el

embarazo, y se añaden tres categorías como: raza, por religión y por capacidad física. Se utilizo una comparación con el grupo de trabajadores docentes para mostrar que las disparidades entre grupos de trabajo son mínimas debido a que se accede a un punto de convergencia entre las formas de discriminación de los diferentes contextos laborales.

Dado a que la discriminación se basa en un constructo multidimensional complejo, varios aspectos estructurales y procesuales deben tomarse en consideración, con razón de justificar el uso del criterio de expertos para identificar el grado de participación de las variables que inciden en el proceso (Martínez et. al, 2012)

Determinación del índice de ética laboral: Las herramientas que usaron los investigadores para medir el compromiso y los valores se basa en el uso de dos instrumentos validados como son: Cuestionario UWES e Inventario APO. La escala se resume en 9 ítems validados y tres dimensiones: vigor, dedicación y absorción; la variable correspondiente a vigor se conforma por seis ítems referentes a los niveles de energía, resistencia y persistencia; la correspondiente a dedicación posee cinco ítems: el entusiasmo, la inspiración psicológica, el orgullo por lo que se hace; y finalmente la variable de absorción posee seis ítems: los sentimientos relacionados a la felicidad en el trabajo ,la dificultad que se tenga para poder dejarlo en algún momento, la satisfacción o disfrute de sus actividades laborales, la felicidad de involucrarse en su trabajo y su motivación intrínseca.

El análisis de los datos corresponde a información obtenida sobre las relaciones de compromiso laboral y valores éticos de los trabajadores en el cantón Santo Domingo. Cabe destacar que se añaden características adicionales como lo es el ajuste, el cual viene siendo la existencia de correspondencia entre los valores de la persona y los de la organización, el conflicto el cual muestra la diferencia que existe entre valores de la organización con los valores personales que entran en conflicto y finalmente el reconocimiento el cual muestra la identificación de los valores personales con los valores de la organización (Paredes, 2020).

Por medio del análisis de las correlaciones se demuestra que la congruencia entre los valores de los trabajadores y la organización es primordial para determinar el nivel de vinculación entre la persona con la organización, en función del nivel de compromiso y su rendimiento laboral. En base a ello se puede deducir que los niveles de compromiso alto condicionan a obtener un proceso de complementación adecuado entre los valores de la empresa y del trabajador dado a que ambos intereses convergen hacia los mismos intereses y objetivos. Dicha convergencia influye en las relaciones interpersonales dado a que revalora la moral de las instituciones y genera una identidad ética donde la calidad de vida del trabajador se ve altamente potenciada.

Correlación basada en el ámbito psicosocial:

La discriminación es definida dentro del ámbito psicosocial como la correspondencia de actos en función de los prejuicios y más allá, la percepción de la discriminación grupal resulta ser muy superior a la discriminación individual, esto debido a las acciones discriminatorias las cuales se infligen oponiéndose no solo a una sola persona, sino más bien a acciones colectivas (Ungaretti et. al, 2016).

Por medio de los temas abordados en el estudio de los prejuicios elaborados naturalmente por el subconsciente, los datos analizados muestran que gran parte de los actos discriminatorios denotados son producto de una gama de efecto perceptivo de los estereotipos y la relación dinámica entre los prejuicios de la comunidad.

Se conocen modismos adoptados como una "culturalidad" dentro de los ámbitos de relaciones sociales en donde se dan por sentados prejuicios adoptados de forma intrínseca e irrefutable. Como por ejemplo puede ser la frase típica como: "Todo costeño es flojo, todo serrano come papas". A través de los resultados discriminatorios encontrados dentro de la percepción propia del trabajador y el sentimiento de discriminación evidente se muestra que en la ciudad de Santo Domingo existen filtros en los que se visualiza la percepción de la realidad, los cuales articulan imágenes y expresiones bajo la forma de sesgos, se evidencia que

ISBN: 978-9942-7014-3-5

existe cierto distanciamiento producto de actos discriminatorios en el contexto laboral (Dider, 2019).

En el marco semántico y cognitivo también encontramos que existen grupos que pueden estar alejados entre sí en el plano simbólico, pero que con el uso de la comprensión mutua se evidencian circunstancias que favorecen la comprensión de las formas reales de la vida social. En un concepto práctico los entornos que mostraban un conjunto de parámetros correlacionados entre valores personales éticos y valores organizacionales producto del establecimiento de un entorno laboral constituyen a la creación de un lazo entre el mundo real y el mundo de las ideologías donde el desempeño real del laburo se sobrepone a las expresiones ideológicas previamente acaparadas.

Los índices de discriminación en la ciudad poseen un alto grado de temor en la disparidad percibida o existente, y que por medio de esta se generan miedos propios de la preservación propia del individuo. Dicho porcentaje de población es bastante alto, sin embargo, en la realidad se evidencia que los casos discriminatorios tienen que ver con el propio sentir de la conservación personal, siendo las personas con posiciones que afecten al rendimiento de los individuos los más alejados dentro de los grupos sociales (Solis, 2017).

Adicionalmente, el estudio muestra que las empresas las cuales adoptan un núcleo alrededor de la confianza y de los objetivos de los trabajadores poseen un grado de satisfacción elevado, llegando a tener índices de discriminación mínimos correspondientes a los prejuicios interculturales, se encontró que el desempeño llega a estar estrechamente relacionado con el ánimo del trabajador y que esto a su vez disminuye la percepción de las diferencias dentro de las circunstancias que involucren un sentimiento paradigmático de diferenciación social.

Discusión

La discriminación existe hacia un punto de beneficio del empleador y de la facilidad u comodidad del personal con respecto a lo que estos consideran más adecuado sobre su percepción del trabajo. Pero se debe tomar en cuenta que la discriminación es analizada conforme a la autopercepción y a la reflexión sobre las aptitudes de productividad dentro de los sectores que desempeña cada trabajador, esto implica que no se están abarcando los sistemas que involucran actos discriminatorios conforme a parámetros no establecidos como de auto beneficio o conformidad, causando un sesgo dentro de dicha determinación laboral, debido a que de todas formas, los actos discriminatorios afectan directamente a la capacidad productiva del individuo estando estos relacionados directamente a acciones que involucran o no su labor.

El conocimiento de estas diferentes formas de actos discriminatorios contribuye a la determinación específica sobre las afecciones que modifican las relaciones laborales y satisfacción individual dentro de las empresas, en la medida en que la cognición permita detectar casos discriminatorios a raíz de los cuales se busquen soluciones. Por ejemplo, entre variables que no se abordan en los estudios pero que son complementarias se encuentran las personas que buscan tratamiento para mejorar su salud mental (Bernal et. al, 2021).

Se destaca que las personas que poseen ciertos problemas de salud mental son estigmatizadas y discriminadas por terceros e inclusive esta discriminación se remonta hacia sus familiares, ciertamente a pesar de los parámetros usados para determinar el nivel de sentimientos discriminatorios, cabe destacar que existen distintas formas de discriminación social las cuales afectan a este tipo de relaciones laborales, tales como: situación familiar, trabajo previo, puesto, educación y salud. En última instancia, los que están pasando por situaciones relacionadas a la salud los lleva a evitar la efectuación de los tratamientos y la recuperación, y a adoptar estrategias de afrontamiento incorrectas e insostenibles (Ordónez, 2018).

Algunos estudios muestran que la discriminación contra las personas obesas en el trabajo es un problema común. Dicha relegación conduce a la segregación de la obtención de percepciones de competitividad con respecto a una imagen laboral de las personas obesas. La discriminación que se percibe hace que las personas con sobre peso no se sientan calificadas para ciertos puestos, lo que en última instancia conduce al efecto Pigmalión (es decir, tener el estereotipo de que las personas obesas trabajan menos, lo que lleva a una disminución de las habilidades), y al final obtienen un salario menor porque en realidad son menos productivos) (Mora & Pérez, 2009).

Las maneras en las cuales se manifiesta la discriminación se extienden hacia otro tipo de expresiones, tales como el acoso o la intimidación en sus diversas formas. Dichas muestras dan a conocer una afección directa sobre las posibilidades de aceptación dentro de un entorno laboral a este tipo de personas.

Para poner en contexto, en la región de Santo Domingo de los Tsáchilas un 22% de la población presenta obesidad, un 6.6% educación pobre o nula, un 10.3% problemas relacionados con la depresión, 19.4% con la ansiedad y 13.5% desórdenes de estrés. Según Tusev et. al (2020) el porcentaje de población que abarca este grupo discriminatorio es considerable, teniendo en cuenta la demanda laboral existente en la región. El manejo de las relaciones laborales con contextos personales es un problema extrapolado a un sentido de moral y sana convivencia, es entendible que no se abarcaran dichos asuntos de forma directa en los artículos, pero es necesario promover la correcta atención sobre dichos actos y las consecuencias directas a la productividad dentro de la empresa.

Desde un punto de vista teórico, el tratamiento de la discriminación es importante dado a que contribuyen a atenuar los resultados negativos que este genera. En este contexto al verificar los niveles más altos que son causa de problemas y futura discriminación laboral son la obesidad, la depresión, el estrés y la educación pobre o nula.

Esto sumado a otros problema discriminatorio como la pobreza y la discapacidad física se convierten en el diario vivir de mucha gente o fuerza laboral que no

consigue un ambiente laboral adecuado, por este motivo se necesitan administradores de recursos humanos que primero capaciten a los empleados en el manejo de relaciones humanas y así evitar estos conflictos que afectan la sana convivencia laboral, a parte de la capacitación para mejorar nuestra alimentación y evitar enfermedades fácilmente prevenibles o de ser tratadas a tiempo con un buen sistema de alimentación y ejercicio físico y mental.

Resulta positiva la posición sobre la fluctuación laboral por motivos de discriminación. En general, se puede decir que existe discriminación en nuestra provincia por simple observación en los ambientes laborales y de personas que nos han comentado su situación laboral, que se relaciona básicamente con variables discriminatorias de género, nivel educativo y grupos étnicos o culturales, edad, sexo, área geográfica de residencia tienen mayor incidencia en este aspecto de discriminación.

Conclusión

La discriminación es un comportamiento que se presenta en la sociedad, la misma que debe ser consciente de ella por lo que no solo la ley y obligación como orientaciones naturales de la ética como principio social deben regularla, sino que la persona tiene que empezar a evitarla a través del uso esquemático de los conceptos y paradigmas culturales basados en la igualdad, inclusión, reflexión, consciencia, reflexión y tolerancia.

Se evidencia que una de las formas en las cuales se obtienen índices de satisfacción y productividad laboral se da a través de la inclusión de más personas con igualdad de oportunidades en el ámbito laboral como parte de un mecanismo ético dentro de la escala social. Si bien existe un fuerte vínculo de la discriminación en el lugar de trabajo con la penalización en términos de leyes, normas y reglamentos, todavía hay incumplimiento de los mismos; además, por muy estrictas o bien redactadas que sean, existen lagunas legales que impiden que las personas disfruten de los derechos ciudadanos en igualdad de condiciones.

La discriminación se genera por: falta de valores sociales y organizacionales dentro de cada institución pública o privada en el ambiente laboral cuya solución es la aplicación y concientización de valores sociales como el respeto tolerancia y aplicación de códigos de convivencia ajustados al marco laboral. La discriminación étnica, que ha tenido un contexto político de concientización de reconocimiento cultural de primero lo nuestro que se está cayendo en decadencia y se debe revalorizar. Cabe destacar que la discriminación laboral como problema social contribuye a una falta de desarrollo de un individuo y a la pérdida o escasez de la producción económica dentro de una sociedad en este caso, en la sociedad santodomingueña perjudicando a los indicadores sociales como también socioeconómicos.

Referencias bibliográficas

Acevedo, C., & Valenti, G. (2017). Exclusión social en Ecuador. Buen vivir y modernización capitalista. *Polis. Revista Latinoamericana, 16*(46), 151-174.

Aline, P., Oscar, N., & Ewa, M. (2012). La discriminación social desde una perspectiva psicosociológica. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia, 4*(1), 7-20. Obtenido de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-48922012000100002&lng=pt&nrm=iso

Bernal, J., Vega, D., Agurto, V., & Estay, N. (2021). Discriminación e inclusión laboral en grandes empresas de Arica (Chile). *Journal of Management & Business Studies, 2*(2), 1-24. doi:10.32457/jmabs.v2i2.680

Castañeda, I., & Díaz, Z. (2020). Desigualdad social y género. *Revisa cubana de salud pública, 46*(4). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662020000400018&lng=es&nrm=iso

Castro, S., & Vázquez, E. V. (2015). Ecuador, Peru Y Colombia: ¿Competidores O Complementarios Sudamericanos? Análisis De Su Competitividad Global. *Revista Global de Negocios, 3*(6), 13-28.

Código de Trabajo. (2005). *Código de Trabajo.* Quito: Comisión de legislación y codificación.

Dider, N. (2019). Discriminación laboral desde recursos humanos: un debate técnico pendiente. *NOVUM, I*(9), 9-31. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/5713/571360739001/html/

Martínez-Vivar, R., Sánchez-Rodríguez, A., Pérez-Campdesuñer, R., & García-Vidal, G. (2012). La discriminación social desde una perspectiva psicosociológica. *Revista de psicología Univesidad de Antioquia, 4*(1), 7-20.

Mora, M., & Pérez, J. (2009). Exclusión social, desigualdades y excedente laboral. Reflexiones analiticas sonre américa latina. *Revista mexicana de sociología, 68*(3).

OIT. (2017). *Panorama Laboral 2017 America Latina y el Caribe.* America Latina y el Caribe: Oit-Officine International.

Ordónez, G. (2018). Discriminación, pobreza y vulnerabilidad: los entresijos de la desigualdad social en México. *Región y Sociedad, XXX*(71), 1-30. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/102/10253649011.pdf

Paredes, N. (2020). Relación entre compromiso laboral y valores éticos en trabajadores universitarios del cantón Santo Domingo. *Revista ciencias pedagógicas e innovación, 8*(2), 66-72. doi:10.26423/rcpi.v8i2.338

Solis, P. (2017). *Discriminación estructural y desigualdad social.* Ciudad de México: Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación.

Tusev, A., Tonon, L., & Capella, M. (2020). Efectos iniciales en la salud mental por la pandemia de covid 19 en algunas provincias del Ecuador. *Investigativo*(15), 11-24.

Ungaretti, J., Muller, M., & Etchezahar, E. (2016). El estudio psicológico del prejuicio: Aportes del autoritarismo y la dominancia social. *Rev. Int. Investig. Cienc. Soc., 12*(1), . 75-86.

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Capítulo 2

Importancia de los Principios éticos en los negocios globales

Importancia de los principios éticos en los negocios globales

The importance of ethical principles in global business

Casanova-Villalba, César Iván
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: cesar.casanova.villalba@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-6486-1334

Intriago Sánchez, Janina Estefanía
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: janina.intriago.sanchez@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-9948-4719

Molina Valdez, Laura Alejandra
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: laura.molina.valdez@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-2474-1503

Moreira Vera, Nathaly Carolina
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: nathaly.moreira.vera@utelvte.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0003-1601-7045

Resumen

Los negocios globales son de vital importancia, tanto para los que lo realizan, así como para los que se benefician de manera indirecta con estos, los convenios o contratos multimillonarios internacionales pueden afectar a la economía de una nación. Siendo así las empresas los principales actores y punto clave para la economía nacional por ello esta investigación pretende demostrar la importancia de los principios éticos en los negocios globales, también como la ética empresarial es un requerimiento básico, de esta manera obtener buenos resultados con el pasar de los tiempos. El proyecto está basado en una metodología de revisión bibliográfica donde los puntos de vista críticos son

sustentados en casos puntuales de varias fuentes documentadas, como son la omisión o la implementación de la ética empresarial y su influencia en el éxito, así como del fracaso de una compañía. En el análisis de los resultados se aprecia que empresas de países como Ecuador, Costa Rica, Chile, Perú, Panamá, Paraguay y Colombia adoptan cada vez más los principios éticos viendo más allá del beneficio económico al crear un ambiente de confianza con la sociedad cumpliendo con objetivos del desarrollo sostenible, los cuales a su vez impactar de manera positiva permitiendo cumplir con las metas organizacionales.

Palabras clave

Principios éticos, metas organizacionales, desarrollo sostenible, empresas.

Abstract

Global businesses are of vital importance, both for those who carry them out, as well as for those who benefit indirectly from them. International multi-million dollar agreements or contracts can affect the economy of a nation. Being the companies the main actors and key point for the national economy, therefore, this research aims to demonstrate the importance of ethical principles in global business, as well as business ethics is a basic requirement, in this way to obtain good results with passing of the times. The project is based on a literature review methodology where critical points of view are supported by specific cases from various documented sources, such as the omission or implementation of business ethics and its influence on success, as well as the failure of a company. In the analysis of the results, it can be seen that companies from countries such as Ecuador, Costa Rica, Chile, Peru, Panama, Paraguay and Colombia increasingly adopt ethical principles, looking beyond economic benefit by creating an environment of trust with society, complying with objectives of sustainable

development, which in turn have a positive impact allowing the fulfillment of organizational goals.

Key words

Ethical principles, organizational goals, sustainable development, companies.

Introducción

La ética empresaria también conocida como (l'éthique de l'entreprise) es un nuevo término que se volvió muy popular en Estados Unidos y Europa a término de los 80 y a inicios de los 90, pero el interés por el aspecto ético de la actividad económica estaba en Aristóteles y en su vociferante crítica de la usura (Cuevas & Rodriguez, 2017).

Se puede decir que la trascendencia de la filosofía moral ha sido una gran protesta constante contra el interés propio, esta forma de pensar no cambió, incluso cuando los empresarios separaron la ética de la economía a fines del siglo XVIII bajo el dominio de los economistas clásicos, quienes le hallaron una semejanza a la economía con un enfoque pragmático y con fines analíticos la consideraron un cuerpo de la economía. de actividades lucrativas no relacionadas con consideraciones éticas.

A partir de aquí, la entendemos de que una cosa es la ética y otra la empresa, ha suscitado hasta ahora el beneplácito de muchos empresarios y directivos, sin embargo, desde mediados del siglo XX, autores como Luban & Wendel (2020) han advertido sobre el rápido deterioro del sentimiento económico, que se manifiesta en un aumento de personas que infringen la ley, engañan a los consumidores y contaminan el medio ambiente.

Según Velazquez (2012) el término de ética abarca muchos puntos o aspectos diferentes al contener la relación entre la empresa y la sociedad, de manera interna, incluyendo las relaciones laborales, ética y gobierno corporativo al igual que el ambiente laboral, centrado en acciones para reducir comportamientos negativos en el lugar de trabajo a fin de lograr un comportamiento ético en los ordenamientos de las empresas, designado como "ética empresarial".

Es muy importante la utilización de este principio, dado el caso que en las negociaciones si se trabaja con personas deshonestas sin capacidad e identificar y aplicar la ética en toda la extensión de la palabra, se corre el riesgo de que la negociación salga mal, puede generar pérdidas en varios aspectos empezando por lo económico, a esto también iría unido el factor de confianza la cual es muy importante al momento de cerrar un trato.

En la actualidad, el mundo empresarial se ha vuelto muy competitivo en muchos aspectos y ya no se centra únicamente en la actividad económica, la empresa es ahora más importante y consciente que anteriormente sobre los problemas que la empresa puede afrontar y que se pueden crear en la sociedad.

Estos problemas han llevado a las empresas a enfocarse en factores más específicos relacionados tanto con sus operaciones como con sus áreas de negocio en pos de la excelencia y calidad ante los ojos del público, para esto se realizan actividades que enriquecen el conocimiento y la manera de saber aplicar debidamente los valores éticos en los negocios ya sean nacionales e internacionales. Una de las actividades más populares es el estudio de la responsabilidad social empresarial. (Ramírez, 2008).

De esta manera, el enfoque de la ética empresarial se convierte en una necesidad social frente a las acusaciones diarias de que las empresas se consideran poco

éticas, por lo tanto, sus ideas apuntan a prevenir la recurrencia de estos eventos y mejorar la comprensión de su desempeño dentro de la organización empresarial (Martinez, 2010).

Curiosamente, el movimiento de ética empresarial no ha proporcionado una respuesta a la vergüenza de la empresa, no existe continuidad entre estrépito y los juramentos de un buen comportamiento, estos negocios o sus negociaciones globales no se toma a la ligera, se debe ser responsable y estar a nivel de las exigencias de los futuros socios con quien se tiene predestinado entablar negocios en el presente y asegurando algunas al futuro.

Una nueva implementación de la ética en el mundo de los negocios, se basa en el argumento de que la cadencia de este ideal pasa factura a las organizaciones y al mercado en si, por ejemplo, se argumenta que el comportamiento deshonesto puede afectar de una manera negativa a los resultados económicos de las empresas que registran en bolsa y que la corrupción en un país se desalienta a las nuevas y entabladas inversiones (Ferrell et. al, 2017).

En bien conocido que cuanta más corrupción en una economía corporativa, menos inversión, lo que lleva a un menor crecimiento, para lograr una versión extrema de este argumento los negocios no pueden tener éxito sin ética, ya que la confianza en su honestidad es escasa si no es que nula, sin ética los inversionistas o posibles socios dan por hecho que asociarse a una empresas de tal calibre es equivalente a perder todo su capital de inversión sin posibilidad alguna de poder recuperarlo, pero hay muchos casos que refutan esta hipótesis.

Según Fontela & Saiz (2008) los negocios sin escrúpulos y el fraude para el adquirente llegan a significar grandes rendimientos, un ejemplo bastante amplio es condenado en México por la venta de gasolina a un nivel inferior al que

realmente se les impone a los consumidores, ya sea que se haya cambiado la bomba de suministro o se haya adulterado la gasolina misma mezclándola con gas incombustible a un precio muy barato.

Se estima la ventaja económica del robo de estaciones de servicio a los consumidores entre 18 y 20 mil millones de pesos, indica Ramírez (2008) que la economía global cada vez debe ser más estricta con respecto a los convenios y asociaciones que se presenten, toda organización o empresa debe conocer a la entidad a la cual se verá sujeta a negociaciones y si esta cuenta con un pésimo esquema e historial nulo de valores éticos la negociación no se llevará a cabo.

La ética empresarial es esencial para todas las empresas, ya que es crucial para su éxito general, sin seguir los valores y principios éticos, una empresa no puede ser rentable ya que la falta de ética empresarial tarde o temprano conducirá al fracaso, las empresas que no generan ninguna confianza están destinadas a no crecer y morir en el olvido de manera permanente, esto acarrea grandes pérdidas económicas de inversiones y futuras negociaciones.

Por su reflexividad, la moral proporciona empleo y toma de decisiones responsable, y la moral proporciona un conjunto de herramientas, como reglas y principios morales, para cambiar los valores de democracia, libertad, igualdad y tolerancia, permite el ser empáticos con los individuos con los que comparte un ambiente laboral (Calvo, 2014).

La ética empresarial se define como una disciplina capaz de distinguir lo bueno de lo malo, la ética es recomendable, correcta si se aplica bien en la gestión de empresas capitalistas, todo esto en términos de punto de vista, lo moral y lo ético. Esencialmente esta debe ser una herramienta de gestión en las empresas y así lidiar con lo complejo de la ética en las decisiones estratégicas (Cuevas, 2009).

Metodología

El presente artículo se sustenta en una investigación de revisión bibliográfica, de tipo cualitativa de la literatura en la que se revisó y analizó información con datos no estandarizados, partiendo desde la inducción a la inferencia, es decir de lo general a lo específico para sustentar el presente trabajo enmarcado en la importancia de los principios de la ética de los negocios globales.

La investigación, por ende, son datos que se presentan en el documento de caso de observación, que se realizan desde fuentes verídicas y de confiabilidad, el caso de estudio es "Importancia de los Principios éticos en los negocios globales" la misma que contiene datos profesionales sobre un tema muy relevante, siendo de una gran importancia al igual que su aplicación de la ética en los negocios, ya sean tanto locales o globales.

Método de recolección de datos bibliográficos.

Se utiliza datos bibliográficos con información relevante sobre la importancia del valor "ética" para lograr brindar fundamentación y estructuración de la investigación con datos e información científica.

Metodología Analítica

Según Lopera et. al (2010) Este método de investigación se utiliza en las ciencias naturales y sociales para diagnosticar problemas y formular hipótesis que puedan resolverlos; ayudando a brindar una interpretación de mejor manera con las relaciones entre palabras acertadas y encontradas por los medios tecnológicos, sucediendo no solo con tipos de elocuencia descriptiva, sino también con datos numéricos analíticos, brindando así información respectiva con mayor formidad de coherencia.

Resultados

En la globalización de los negocios la ética también la consideran hechos morales, como se señaló anteriormente, no es algo que pueda cuantificarse con precisión, esto da la impresión de que es un concepto subjetivo y una percepción por parte de los demás y de la comunidad sobre el comportamiento de un individuo o en este caso una empresa.

Las negociaciones globales son de relevancia para el desarrollo de un país o una empresa. Cuando se desarrollan los negocios internacionales, se hace bajo las normativas que pide la ley, sin embargo, si una empresa no fomenta los valores éticos entre sus integrantes, pueden llegar a perder su credibilidad por el mal actuar de los individuos dentro de la organización y como este a su vez, se ve reflejado de forma externa a los potenciales consumidores.

Sin embargo, hay algunos apartados que se plantean con mayor frecuencia en el entorno empresarial y comercial que realmente pueden marcar la diferencia para una empresa, uno de estos es la toma de decisiones que enfaticen la fortaleza de la empresa, el positivismo y el negativismo, que puede ser fundamentados desde la alta dirección y/o el director general, la privacidad y los secretos comerciales enfatizan la importancia de generar una idea comercial y proteger el conocimiento comercial de terceros (Pedraza, 2019).

Las organizaciones y los que la conforman deben comprender que los derechos de los empleados, entendidos como un comportamiento correcto, no son ni más ni menos que los de los primeros clientes de la empresa. La implementación de una buena seguridad y salud en el trabajo hace referencia a las buenas prácticas que garantizan el cuidado y la calidad de los procesos operativos dentro de la empresa no sólo en relación con los clientes sino también con los empleados.

El marketing y la publicidad destacan los métodos fraudulentos que prevalecen en los medios de comunicación, en la actualidad existen varias organizaciones las cuales realizan propagandas engañosas para generar mayor ganancia, sin embargo, esto no es duradero, porque puede surgir una serie de reclamos y denuncias contra estas prácticas dando lugar a investigaciones para eventualmente dar de baja a las empresas responsables.

En la empresa, los recursos humanos imparten charlas para motivar y hacer conocer los principios de ética aplicados dentro de la entidad. Con este tipo de iniciativas se ha logrado que los departamentos sean más estrictos y transparentes en el desempeño de sus funciones. Incluso también hay indicadores disponibles públicamente del nivel ético de las organizaciones en varios países (Guerra et. al, 2021).

Algunos de los aspectos más destacados son:

Existe un índice para la buena práctica de la ética empresarial llamado Financial Times Stock Exchange (FTSE) este índice por parte del autor Russel (2018) está diseñado para medir el desempeño de las organizaciones que demuestran buenas prácticas medio ambientales, sociales y de la gestión (ESG), la importancia de la existencia de la ética normativa son un pilar que fortalece las columnas de las organizaciones en desarrollo y las ya evolucionadas.

La gestión transparente dentro de los criterios ESG bien definidos hacen que los indicadores FTSE sean una herramienta conveniente de muchos participantes involucrados en el mercado para crear o evaluar bienes de inversión sostenibles, existen varios productos de inversión, sin embargo, en la actualidad los que se definen como sostenibles son los más codiciados debido a que se pueden mantener en el tiempo.

Los índices FTSE se pueden utilizar de cuatro formas principales; como productos financieros, como una forma para crear herramientas para rastrear índices, instrumentos financieros o productos de valores que se centren en fondos de inversión sostenible.

En los últimos años, las empresas tienen su enfoque en la buena implementación de este término globalizado y en gran mayoría en mantener una sana relación entre su reputación y las comunidades a las que pertenecen o tienen influencia, por esta razón, en una era donde la necesidad de transparencia es obvia, la responsabilidad social corporativa es la solución. La empresa puede ofertar el mejor producto del mercado en términos de calidad y precio, pero no ayudará si la empresa utiliza mano de obra infantil o no cumplen acuerdos laborales o ambientales (Adams & Zutshi, 2004).

Por ello, la responsabilidad social empresarial se reconoce como factor importante de esta y es la verdadera aplicación de la ética en los negocios además de las actividades sociales de la organización, factores como la estabilidad, el medio ambiente, las relaciones de los empleados dentro de la empresa, entre otros. Un empresario debe tener todas las normas y leyes al igual que los principios éticos claros para saber hacia dónde se dirige y guiar a sus colaboradores.

Para tomar un comportamiento responsable, es un signo de madurez empresarial, en este apartado, se puede confirmar que la transparencia y la justicia llegan incluso a considerarse una estrategia económica, creando una red de creencias internas por parte del personal y externo con invitados.

Los bienes, proveedores y comunidad, también muestran que es de gran importancia tener o establecer a un líder moral que puede realizar sus actividades y orientar a su grupo a la economía, la sociedad y el trabajo en su empresa, un líder

debe saber que es mejor para la empresa y sus trabajadores forman parte importante de esta organización, por tal razón debe ser debidamente instruida.

La toma de decisiones es un factor importante ya que involucra aspectos humanos como técnicos que pueden afectar de forma favorable o negativamente a los trabajadores de la organización, cuando un líder exhibe un comportamiento negativo, se forma una cadena de malos hábitos morales en su entorno (Amaya, 2009).

La imposición y sometimiento del poder económico y político distorsiona la actividad social, incluida la actividad profesional, las prácticas motivacionales y comerciales poco éticas que se han convertido en la norma efectiva pero poco convencional implementando de una manera más directa para realizar un cambio en la sociedad, pero eso no garantiza el éxito (Adams & Zutshi, 2004).

Modelo de influencia de las partes interesadas empresarios y líderes de opinión que trabajan para recuperar la confianza población en grandes empresas, el mejor ejemplo es Roundtable con el grupo global de emprendedores que promueven una serie de principios éticos conocidos como Principios Empresariales (Ramírez, 2008).

Los principios empresariales definen las responsabilidades de la empresa con partes relacionadas, es decir; empleados y accionistas, compartiendo con ellos la riqueza creada, también lo hacen proveedores y competidores. Se espera que la empresa cumpla con sus obligaciones con un espíritu de honesto y justo siendo responsables a nivel local, regional, nacional y a nivel mundial cumpliendo con las normas establecidas por los organismos internacionales para confiable moralidad (Pedraza, 2019).

Discusión

En todos los documentos encontrados coincidían en que para que una empresa se desarrolle y junto a ella se generen muchas más negociaciones, es necesario que la ética venga desde los mandos altos y de ahí se desarrollen los conocimientos y las prácticas de la ética, todos los colaboradores de la empresa deben conocer y aplicar la ética con todo el sentido de la rectitud.

La población se rige bajo ciertos mandatos, es por esto que el pueblo que en su momento llegan a formar parte de alguna institución, se debe saber regirse con los valores de la rectitud y la ética que se necesita para que la empresa se desarrolle. Los empresarios y líderes de opinión que trabajan para recuperar la confianza de los pobladores en grandes empresas, son el mejor ejemplo como un grupo global de emprendedores que promueve una serie de principios éticos conocidos como principios empresariales (Ramírez, 2008).

La globalización también es un factor importante al constatar que hay que tener en cuenta en el ámbito de los negocios internacionales, debido a las diferencias culturales, marcos legales diferentes, la incertidumbre, el riesgo, la escasa información y todas aquellas complejidades presentes en las operaciones de los mercados internacionales, la ética es un factor clave para negociar adecuadamente y lograr acuerdos comerciales rentables.

Según Pedraza (2019) cuando se habla de negocios globales o internacionales se refiere a todas las transacciones comerciales, incluyendo el intercambio de productos, inversiones y medio de transporte, ya sean privadas o gubernamentales, que involucran a dos o más países, con el fin de satisfacer las necesidades de individuos, empresas y organizaciones a través de la importación, exportación y la inversión extranjera.

Entre los mercados internacionales se encuentran licencias, franquicias y contratos de gestión, dichos modelos de negocio están yendo cada vez más lejos del intercambio de dinero por bienes físicos, incluyendo transferencias internacionales de otros recursos, como personas y propiedad intelectual, datos, hasta activos o pasivos contractuales, dando una mejor solución al país que adquiere y una mejor negociación con recursos para el ofertante, es importante esta clase de truques, ya que ayuda a ambas partes a sentirse totalmente satisfechos.

Los principios éticos están relacionados y presentes en los negocios locales e internacionales debido a que en ellos se aplican estándares sociales o reglas con el fin de regularizar los procesos, herramientas organizativas para la toma de decisiones colectivas; y la creación y preservación de bienes culturales como el arte, el conocimiento y la tecnología.

Por ello de acuerdo a la Declaración Universal de Principios Éticos para Psicólogos y según Cuadros (2018) existen cinco principios éticos básicos a tomar en cuenta: Beneficencia, no Maleficencia, Justicia, Autonomía e Integridad.

El objetivo de este artículo es establecer la importancia que tienen adoptar principios éticos en los negocios y de esa manera proporcionar información acerca de un conjunto común de principios éticos para el uso de las instituciones con una base para el desarrollo y revisión de estándares y normas, en donde a través de estándares universales las organizaciones puedan evaluar el progresos de códigos de conducta éticos o poco éticos de los sus miembros y que de esa manera puedan obtener el máximo beneficio para la empresa cumpliendo con su legalidad y la regulación vigente, preservando el medio y satisfaciendo las existencias sociales del entorno.



Conclusión

En una empresa que carece de valores éticos está condenada al fracaso, por esta razón es imperativo que los valores, entre ellos que la ética tenga mejor sobre salida, al momento de realizar una negociación es importante que tanto el líder de la empresa como sus empleados sea moralmente reprobable a su ética profesional siendo la misma bastante visible y clara. Se puede considerar como la base fundamental de la sociedad y sin ella el caos y desorden sería el pan de cada día, al momento de salir a la sociedad el poder cumplir con los requisitos, las empresas u organizaciones que esperan poder progresar deben considerar la capacidad ética de su personal, los empleados que carecen de valores éticos son pocos por ello se debe incentivar la fundamentación y práctica de este valor, siendo que con aquello la empresa logrará establecerse en el mercado, los negocios globales abarcan una gran gama de productos y servicios, por esto los empresarios deben estar a la vanguardia.

Al momento de establecer o editar códigos de conducta en las empresas basados en justicia, verdad, respeto, tolerancia, libertad, responsabilidad, honestidad, cuidado social, seguridad y legalidad según se debe adoptar un lenguaje simple, conciso y comprensible, es decir. algo que está predefinido como no permitido debe abordar el comportamiento esperado, ser universal y global, y revisarse y actualizarse según sea necesario para reflejar los cambios organizacionales y comerciales.

En Ecuador las empresas con buenas prácticas laborales se desarrollan en áreas de comercio, industria e inmobiliaria, con presencia en seis países de la región los cuales son Colombia, Costa Rica, Chile, Panamá, Paraguay y por último está Perú, donde la empresa adopta una filosofía que va más allá de las operaciones y

la rentabilidad para asegurar la prosperidad y el progreso de sus diversos grupos de interés, creando un círculo virtuoso con la sociedad y el cumplimiento de la ley como oportunidad de desarrollo empresarial rentable y sostenible., además de la protección del ambiente y los recursos, la generación de crecimiento, desarrollo de colaboradores y oportunidades con proveedores y clientes.

La importancia de establecer buenas prácticas en una empresa no solo ayuda a crear una forma filantrópica de mejorar el negocio de la empresa para una mayor rentabilidad, haciendo de las buenas prácticas una inversión a futuro y no un gasto. Para evitar castigos y juicios, sea persistente y retírese de estas posiciones, yendo más allá de los principios morales. Por lo tanto, el restablecimiento efectivo de las condiciones de trabajo para el empleado traerá resultados positivos tanto para la empresa como para él mismo.

De modo general los negocios que manejan buenas prácticas empresariales con el tiempo mejoran sus productos y servicios y aportan a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible, de manera que las empresas alrededor del mundo contribuyen a proteger el planeta y garantizar la paz, prosperidad, de manera que la inclusión de las buenas prácticas de trabajo están encaminadas a disminuir las causas económicas, sociales y ambientales que las perjudican, para ello se adopta medidas y objetivos que requieren el compromiso de carácter voluntario.

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Referencias bibliográficas

Adams, C., & Zutshi, A. (2004). Corporate Social Responsibility: Why Business Should Act Responsibly and Be Accountable. *Australian Accounting Review, 14*(34), 31-39. doi:10.1111/j.1835-2561.2004.tb00238.x

Amaya, J. (2009). *Sistemas de información gerenciales.* Bógota: Ecoe Ediciones.

Calvo, P. (2014). Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. *Tópicos, Revista de Filosofía, 47*, 199-232.

Cuadros, R. (2018). Ética y formación de investigadores: la importancia de las virtudes y la sabiduría práctica. *Revista Colombiana de Educación, 1*(79), 223-242. doi:10.17227/rce.num79-7972

Cuevas, R. (2009). Ética y responsabilidad social en las empresas. *OpenEdition Journals, 23*, 1-22.

Cuevas, R., & Rodriguez, R. (2017). Responsabilidad social y ética profesional en la gestión de la administración pública y empresarial. *Pensamiento & Gestión, 1*(42), 1-25. doi:10.14482/pege.41.9704

Ferrell, O., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2017). *Ética en los negocios: casos y toma de decisiones* (11 ed.). Santa Fé: CENGAGE Learung.

Fontela, E., & Saiz, J. (2008). *Ética y legalidad en los Negocios.* España: Difusión jurídica.

Guerra, P., Barragán, J., & Barragán, M. (2021). Impacto de la ética en la toma de decisiones de negocios. Una comparativa internacional. *Daena: International Journal of Good Conscience, 16*(1), 1-16.

Lopera, J., Ramírez, C., Zuluga, M., & Ortiza, J. (2010). El método analítico. *Revista de psicología, 2*(4), 87-90.

Luban, D., & Wendel, B. (2020). La filosofía de la ética profesional: una historia entrañable. *Rev. derecho (Valdivia), 33*(2), 49-78. doi:0.4067/S0718-09502020000200049.

Martinez, H. (2010). *Responsabilidad social y ética empresarial.* Bogota: Ecoe Ediciones.

Pedraza, P. (2019). *La importancia de la ética empresarial como aspecto determinante del éxito.* Tunja: Universidad Santo Tomás de Aquino.

Ramírez, M. (2008). Ética de los negocios en un mundo global. *Frontera Norte, 20*(40), 199-210. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/136/13624007.pdf

Russel, F. (2018). *2018 STEP Change Report: FTSE Russell Stewardship, Transition and Engagement Program for Change.* Chicago: An LSEG Business.

Velazquez, M. (2012). *Ética en los negocios: conceptos y casos.* México: Pearson.

Capítulo 3

La ética publicitaria de las empresas ecuatorianas como responsabilidad social de los grupos de interés

La ética publicitaria de las empresas ecuatorianas como responsabilidad social de los grupos de interés

Advertising ethics of Ecuadorian companies as a social responsibility of stakeholders

Proaño-González, Esther Angélica
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: esther.proano@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-5116-7260

Escobar Quiña, Josselyn Dayana
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: josselin.escobar.quina@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0003-2458-8649

Gómez Pacheco, María Isabel
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: maria.gomez.pacheco@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-3720-2381

Cruz Campos, Diana Carolina
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: diana.cruz@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-9150-1710

Resumen

Este artículo analiza la ética publicitaria manejada por las empresas ecuatorianas, realizando una síntesis de la forma en que se involucra la responsabilidad social de las entidades o funcionarios vinculados con sus prácticas publicitarias. Esta investigación se lleva a efecto por los constantes cambios de la publicidad en nuestros días, con el objetivo de profundizar como las organizaciones en Ecuador difunden publicidad y como las direccionan a los grupos de interés mostrando una responsabilidad social. Para ello, se basa en una metodología de revisión

bibliográfica siendo una investigación cualitativa donde se recogen datos para ser evaluados desde lo general a lo particular. Así se observa desde toda actividad empresarial-comercial el impacto de la publicidad para el conocimiento de productos y atracción de clientes que las empresas o emprendimientos utilizan actualmente. En este sentido se hace necesaria la revisión de la ética en la publicidad, el enfoque de los grupos de interés, el manejo de la responsabilidad social tanto como su regulación dentro de las empresas, con el fin de conocer nuevas técnicas publicitarias y métodos para que las empresas cumplan con responsabilidad para generar estrategias publicitarias con un enfoque ético.

Palabras clave

Ética, publicidad, responsabilidad social, grupos de interés.

Abstract

This article analyzes the advertising ethics handled by Ecuadorian companies, making a synthesis of the way in which the social responsibility of the entities or officials linked to their advertising practices is involved. This research is carried out due to the constant changes in advertising nowadays, with the objective of deepening how organizations in Ecuador disseminate advertising and how they direct them to interest groups showing social responsibility. For this, it is based on a methodology of bibliographic review being a qualitative research where data are collected to be evaluated from the general to the particular. Thus, the impact of advertising for product awareness and customer attraction that companies or enterprises currently use is observed from all business-commercial activities. In this sense, it is necessary to review the ethics in advertising, the approach to stakeholders, the management of social responsibility as well as its regulation within companies, in order to learn new advertising techniques and methods for

companies to comply with responsibility to generate advertising strategies with an ethical approach.

Key words

Ethics, advertising, social responsibility, stakeholders

Introducción

La publicidad ha significado por muchos años el medio por el cual las empresas dan a conocer y promover sus productos, es decir, constituyen el motor principal del funcionamiento del mercado donde los medios de comunicación social llegan a ejercer una enorme influencia en todas partes, es así como la publicidad que usan estos medios para crear un vínculo, se ha convertido en una poderosa fuerza de persuasión, modeladora de actitudes y comportamientos en la actualidad (Noguero, 2016).

Las compañías comunican propagandas publicitarias esperando que las personas confíen plenamente en las características representadas del producto o servicio, aunque muchas veces no sea así, la gente tiene la inseguridad de que van a tratar de engañarlos y persuadirlos debido a que el mercado está rodeado de muchas marcas intentando sobrevivir incluso si eso significa embarcarse en conductas poco honestas en sus publicidades.

Para Pellicer (2017) la publicidad es parte del diario vivir de las personas, se dice esto porque nuestros actos y la forma de actuar determina cómo reaccionamos frente a diversas situaciones. Por esto, se comenta la importancia de que cumplan con normas éticas y que contengan solamente la verdad a los consumidores.

En la actualidad la publicidad es ejercida sin control alguno, haciendo que cualquier persona haga uso y desuso de ella, en consecuencia hay un bombardeo



de información publicitaria que dificulta al momento de tomar una decisión respecto a la compra de productos, creando una amenaza a los derechos de consumidores mediante publicidad engañosa, que tiene como objetivo vender ideas con falta de creatividad sin dar solución a lo cual el comprador busca, siendo estafados con marketing falso.

La publicidad es parte de un fenómeno llamado consumismo, que está impulsado por deseos imaginarios de bienes y servicios que los consumidores a veces no necesitan. Por lo tanto, otorgue un nuevo valor a la demanda y las materias primas a medida que desarrolla productos y crea nuevas oportunidades de mercado.

Para agradar al consumidor se crean comunicaciones publicitarias con mensajes que inclinan la opinión en muchas ocasiones. Es así como se cae en engaño para tratar de ganar mayor clientela. Según Saritama (2014) el fraude publicitario ocurre cuando la tecnología y los recursos se utilizan para producir información altamente poco ética, ya que la información altera y falsifica hechos de una manera que sigue instrucciones previas para apelar a los instintos y el control. Comportamiento.

La ética publicitaria va por el lado de mostrar una comunicación que sea verdadera para los compradores, es decir, va a tratar siempre de dar a conocer las verdaderas condiciones del servicio o producto que se esté ofreciendo; se debe tener claro que el principio ético no permite por ningún motivo que se den engaños hacia el público porque la publicidad debe de mostrar y ayudar al público a comprar lo que verdaderamente necesitan.

Incluso existen leyes que ayudan a regular este tipo de actividades como la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2019) que en su artículo 7 reconoce como infracciones publicitarias cuando se refieren a:

1. País de origen, naturaleza comercial o de otro tipo sobre el bien, ya sea también el lugar de suministro del servicio acordado o tecnología utilizada en este;
2. Los beneficios y las consecuencias de utilizar la propiedad de suscribir el servicio, así como el precio, tasa, forma de pago, cuotas de financiación del crédito;
3. Piezas, productos, cantidad, calidad, etc. características esenciales de los bienes o servicios, tales como
4. Los que representan reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas.

La falta de ética no solo afecta a quienes reciben el mensaje sino a todos los que están comunicando al quebrantar su confianza con la sociedad. Lo que hace ver a una empresa legítima en cuanto a su entorno en lo social es la forma en la que se involucra a todos los afectados, es decir, su ética se mide cuando todos los implicados alcanzan un grado de satisfacción lo cual conlleva a la inclusión de los diversos grupos de interés.

Según Fontrodona & Argandoña (2011) la ética dentro de las empresas es vista como el motor que la conserva a flote, y constantemente se tiene que dar mantenimiento para que estas empresas no lleguen a un punto de quiebre, donde surgen problemas que deben ser analizados con respecto a lo económico, a la aceptación social y a los valores éticos, tomar decisiones con las que los miembros de la empresa se sientan bien para crear satisfacción a sus consumidores o grupos de interés.

Toda publicidad está vinculada a un mercado objetivo y por ende a un grupo de interés que será el que se beneficiará de aquella. Aldeanueva (2013) plantea que los también conocidos como stakeholder (grupos de interés) pueden ser grupos o individuos los cuales de una u otra manera pueden perjudicar o a su vez verse perjudicados por el alcance que se hayan planteado los objetivos o estrategias de una empresa.

Hoy en día tanto en Ecuador como en diversos países la ética juega un papel primordial dentro de las empresas, al realizar una tarea asignada también se refleja a cada individuo de la organización mediante esta, si se aplican prácticas deshonestas en la publicidad para los productos y servicios, al momento de ser descubiertos afecta de forma negativa la imagen que representan ante la sociedad y crearía pérdidas a largo plazo (Fontrodona & Argandoña, 2011).

De acuerdo al mundo cambiante en el que vivimos y la pandemia por la que se cruzó recientemente, no solo la publicidad, sino también las empresas dejan de ser físicas y pasan a una era digital donde se diversifican los grupos de interés como los clientes, proveedores, sociedad, empleados, gobierno, etc. Los usuarios con acceso a internet piden una inclusión, que se respeten los aspectos medioambientales, la humanización enfatizada en que se clasifiquen las publicidades o ventas de acuerdo a las diferentes generaciones.

La ética publicitaria en las empresas ecuatorianas se encuentra muy presente en todo tipo de empresas ya sean grandes, medianas o pequeñas; estas invierten parte de su capital en la publicidad, incluso negocios pequeños utilizan el medio de sus redes sociales, para dar a conocer lo que están emprendiendo.

Aldeanueva (2013) menciona que los grupos de interés se encuentran conectados con la responsabilidad social al impactar por medio de sus acciones a la

comunidad y por ello, las empresas deben conocer la demanda de cada grupo para manejarlos como uno solo.

Los stakeholders, están propiamente relacionados con la responsabilidad social, al abarcar diferentes temas como la economía, ética y lo legal que manejan las organizaciones en algún momento, constituyendo un pilar fundamental en la responsabilidad social que es un elemento clave para la gestión.

Cabe señalar de los grupos de interés tales como trabajadores, proveedores, distribuidores y socios, etc., son clave importante para las empresas y que las decisiones que estas tomen, no solo afectarán a los dueños, sino también a todos los que los rodea, es decir los grupos de interés, por lo tanto, estos grupos deben tener la libertad de criticar acciones que violen sus principios.

Es así como las organizaciones impulsan todos tienen la responsabilidad de informar al público sobre el comportamiento financiero y todas las acciones de acuerdo con la responsabilidad ética y social. (Morán et. al, 2016).

La RSE en Ecuador representa beneficios para la organización y los grupos de interés, por eso se debería medir el impacto que tienen las actividades de las organizaciones, no solo desde el punto de vista económico, sino de los beneficios intangibles que acarrea.

Tradicionalmente otro beneficio es la mejora de la imagen corporativa, reducción de costos de operación, mejor manera de reclutamiento, reputación empresarial, mejora de la calidad y productividad, aumento de rentabilidad y fortalece la lealtad de los consumidores, etc (Gomez & Martinez, 2016).

La responsabilidad social se encuentra inmersa en varios ámbitos, nuestro punto de estudio es el de la ética en el mercadeo, donde se analizan los consumidores y

clientes, con un propósito de identificar las necesidades de un grupo en específico, saber qué es lo aceptable, generando así responsabilidad social.

La responsabilidad social corporativa es definida como la nueva teoría de hacer negocios, por lo que las organizaciones encomiendan sus actividades para que sean sustentables respecto a los siguientes ámbitos: económico, social y ambiental ya que con esto garantizará un equilibrio frente a la sociedad, donde a través de la identificación de los grupos de interés, creando una sustentabilidad para las generaciones futuras y del cuidado del medio ambiente, ya que estamos incentivando una visión empresarial con respeto y tolerancia, además de valores éticos que garantizarán el bienestar de la sociedad y del medio ambiente.

En el Ecuador, en los últimos años la responsabilidad social corporativa ha sido vista como importante dentro de las organizaciones, al ser utilizada como método de sostenibilidad, optimizando los recursos para reducción de costos, mejorando los procesos de la organización y perfeccionar su imagen para sus clientes; por estas razones las grandes empresas se están sumando también al compromiso como lo son: el Banco Pichincha, Cooperativa Cacpeco Ltda, Corporación Favorita C.A, etc. En el caso de las PYMES (pequeñas y medianas empresas) se espera que también se continúen sumando a estas iniciativas, las cuales servirán incluso para poder mejorar su imagen corporativa (Acosta et. al, 2018).

Dentro de la Responsabilidad Social Corporativa encontramos que se basa en estrategias para impactar de forma positiva a los clientes generando desarrollo profesional y satisfacción hacia el medio ambiente como a la comunidad en general, además de que sus actividades se manejan de acuerdo al entorno en el que se desenvuelven.

Según Moreno (2015) los componentes y principios de la responsabilidad social corporativa está compuesta por 7 áreas; en las cuales se debe desarrollar, gestionar, medir e informar el comportamiento responsable con los stakeholders, a continuación, se describen las 7 áreas: El gobierno de la organización, la salud y seguridad, la preservación medioambiental, los derechos humanos, la ética comercial, la cadena de valor y la filantropía estratégica e innovación social.

En el Ecuador una de las publicidades más vistas en todo medio es la representación del cuerpo femenino, la cual, moldea la ecuanimidad de las mujeres en relación a su cuerpo. Según Pontón (2015) en Ecuador las campañas publicitarias se manejan frente a un enfoque comercial, pero en la actualidad se maneja hacia el enfoque de la RSE, esta se adapta a decisiones diversas donde la sociedad demanda productos fabricados bajo la ética humanística, empresarial y ecológica.

Con esto las grandes empresas comerciales promueven campañas en beneficio de la sociedad para que esta tenga un cambio en su comportamiento y a diversos proyectos que generen una reacción positiva frente a los problemas que tienen los sectores del país. Relacionado a la situación existe un estudio realizado al sector hotelero en Ecuador donde indica como la responsabilidad social enmarcada desde el punto de vista de la Pirámide de Carroll que tuvo una alta influencia con respecto a una estrategia publicitaria por integrar tres grandes dimensiones en esta (Rueda et. al, 2020).

Estevez (2015) Establece que el nivel de responsabilidad social incorpora los cuatro aspectos de la gestión ética: responsabilidad económica, legal, moral y caritativa; en la base de la pirámide encontraremos la responsabilidad financiera. como principio de una responsabilidad justa y equitativa.

En la segunda parte de la pirámide las responsabilidades legales son el cumplimiento de las líneas legales establecidas donde las empresas están obligadas al seguir las leyes y regulaciones que se encuentren vigentes, conservando ganancias económicas beneficiosas.

La tercera parte de la pirámide es la responsabilidad moral, o normas morales, reglas que determinan los valores de la sociedad, consumidores, accionistas y empleados, que a menudo se encuentran cambiantes donde para unas personas lo que hacen está bien, mientras que para otras no y es por ello que se entra en debate y esto hace que se den nuevas leyes para su regularización.

Al incio de la pirámide vamos a encontrar las responsabilidades filantrópicas que se refieren a las expectativas de los ciudadanos corporativos, mediante el impulso de la preocupación y el bienestar de la sociedad. Esta investigación con respecto a la publicidad que vincula a la responsabilidad social hacia los grupos de interés se encuentra respaldada bajo la Ley Orgánica de Comunicación, como también a la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor y Ley Orgánica de Regulación de Control del Poder de Mercado.

Este estudio tiene como objetivo analizar la ética publicitaria de las empresas ecuatorianas como responsabilidad social de los grupos de interés con el fin de comprender los diferentes puntos de vista sobre la forma en que generan beneficios económicos a través de esta, los distintos tipos de productos fabricados bajo la ética humanística, empresarial y ecológica, así como también el impacto positivo que se crea a los clientes mediante el desarrollo profesional y satisfacción hacia el medio ambiente tanto como a la comunidad, todo esto a través de la publicidad, sus leyes y a que grupos están dirigidas.

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Metodología

El presente artículo está basado en una metodología de revisión bibliográfica; fundamentada en antecedentes conseguidos por distintas fuentes enfocadas en la ética publicitaria y la responsabilidad social hacia los grupos de interés, siendo una investigación cualitativa, por lo que, no se realizará recolección de datos, simplemente se basará en recoger y evaluar datos no estandarizados, abarcando desde lo inductivo a lo deductivo, es decir desde lo general a lo particular, obteniendo así conclusiones rigurosas y válidas.

Resultados

Importancia de la ética en la publicidad

Con relación al primer punto de la revisión bibliográfica realizada, contiene referir que un primer resultado relevante que se desprende de esta búsqueda, es el significado y empuje que ha tenido la publicidad dentro de todo tipo de empresas, relaciona a un enfoque ético donde esta constituye el punto principal dentro del mercado, teniendo una amplia influencia dentro de los medios de comunicación y grupos de interés.

Posteriormente se observa cómo las empresas en su afán de generar ventas generan un sinnúmero de publicidad con variedad de contenidos dirigidos a distinto público, formando una capa de visualización direccionada a los valores éticos de la sociedad, constatando las ideas del autor Noguero (2016) de este modo se fundamentan los análisis en base a la exposición teórica de la relación publicidad – ética en el ámbito empresarial.

Se analiza la ética en la publicidad en donde se denota en gran medida que estas no cuenta con ningún manual ético o al menos no están siendo respetados por

empresas al solo engañar al público, es así como a diario los consumidores son engañados con publicidades falsas, por ello Rodríguez (2018) propone que se realicen regulaciones más rigurosas por partes de las autoridades competentes, con el afán de regular esta actividad y que en gran medida se logre desvincular casos en empresas ecuatorianas que estén en contra de aquellas regulaciones emitidas, con el fin de lograr alcanzar la buena ética en la publicidad a nivel nacional, y de esta forma evitar que se den engaños contra el público.

El implementar una buena ética en las empresas ecuatorianas hará que menos personas caigan en engaños emitidos por publicidades, en donde sólo muestran mensajes muy exagerados o en ocasiones poco éticos que lo único que hacen es perjudicar al consumidor, el usar publicidad engañosa crea riesgos y por ende se vea perjudicada la reputación de las empresas al promocionar cosas que nos son reales y que lo único que tratan de hacer es manipular al consumidor.

Impacto de la publicidad en el público

La manipulación hacia el consumidor se ven reflejados en aquellos casos publicitarios de las empresas, debido a que el consumidor se encuentra indefenso hacia la ola de publicidades que se producen a diario, donde los jóvenes entre 18 y 34 años, tienden a ser los más perjudicados ya que son los que más se dejan influenciar fácilmente por este tipo de publicidades a la hora de realizar sus compras. La publicidad a más de persuadir al público para que compre un producto, se ha convertido en una creadora de malas informaciones tanto psicológicas, éticas y sociales (Hernández, 2005).

Además de esto es un fenómeno importante en la actualidad frente a la sociedad moderna ya que acompaña al hombre en todos los ámbitos de su vida, lo cual por el fin de ser más reconocidos hacen que caigan en incitaciones y

comportamientos poco armónicos al momento de realizar sus anuncios publicitarios.

Los efectos de estas publicidades en los jóvenes se ven reflejadas en las actitudes de irresponsabilidades que estos muestran, llevándolos así a un consumismo e insignificancia de la vida, los estereotipos que se muestran en televisiones son con perfiles muy artificiales y sobre todo alejados de la realidad (Arias et. al, 2017).

El fuerte impacto que genera la publicidad en menores es muy perjudicial en medida que estas muestran cosas irreales que ellos la perciben como cosas naturales, esto a su vez puede producir algún tipo de inconformidades al momento de entrar a la edad adulta.

Usos de la publicidad en organizaciones

La publicidad en el ámbito empresarial juega un papel muy importante, ya que estas las necesitan para dar a conocer sus nuevos productos, o para promocionar una nueva marca y de esta forma generan ingresos económicos que las harán más rentable en el mercado, en donde estas empresas invierten mucho en este tema para poder lograr competir en el mercado ya que múltiples empresas se encuentran en los mismo.

Otro punto de esta indagación, pone en manifiesto que la ética dentro de la publicidad vincula a los numerosos grupos de interés, que son el enfoque primordial de toda empresa, demostrando así que de estos grupos depende el rendimiento que la empresa obtenga. Por lo tanto, cualquier individuo o grupo el cual pueda afectar o verse afectado por las acciones, decisiones, políticas, prácticas u objetivos de la organización, aquellos son el eje central de cualquier estrategia de RSE.

Aunque estas relaciones tradicionalmente se han enfrentado desde la gestión del riesgo, donde la comunicación unidireccional triunfa sobre el diálogo y las organizaciones están viendo cuáles serían las ventajas alineando sus estrategias con las expectativas de la sociedad. Como resultado, cada vez más empresas interpretan esta apertura del diálogo como una oportunidad para innovar, no solo para anticiparse a los riesgos, sino para generar o adaptar nuevos productos y servicios, ayudando a responder con rapidez a la demanda de los consumidores y respuestas enfocadas.

La ventaja de iniciar estratégicamente este diálogo también ha llevado a las empresas a abrir nuevos mercados destinados a contribuir a abordar las necesidades globales y mercados que al resolver estas insuficiencias dan apertura a una mejor comprensión de parte de las organizaciones con la sociedad, exponiendo las ideas de los autores Granda & Trujillo (2011) Al definir con precisión las expectativas y demandas de los grupos de interés y la estrategia corporativa, se convierte en una de las herramientas más poderosas para asumir con éxito la responsabilidad social hacia otras organizaciones de la sociedad.

Aplicación de la responsabilidad social

Con respecto a la tercera cuestión de investigación encaminada a la responsabilidad social este es el método que utilizan las empresas ecuatorianas para abarcar la ética dentro de ellas, realiza un enfoque en tres campos extensos que son: ambiental, económico y lo social, los que forjan al beneficio de cada grupo de interés.

Estas prácticas de responsabilidad social ayudan a las empresas a perfeccionar su imagen y crean una relación entre el personal de la empresa y los clientes, hay que

hacer notar que las empresas que realizan estas prácticas reciben alicientes por su buen funcionamiento y praxis ética (Sarmiento, 2011).

Lo que conlleva a que estas brinden productos de calidad, y generen una publicidad con responsabilidad, fidelizando a sus clientes, al implementarlas contribuyen al desarrollo sostenible de la sociedad, generando un cambio social y beneficioso para los stakeholders. Las empresas tienden a apoyarse en diferentes grupos de interés, los cuales guían, orientan y apoyan para que promuevan campañas o programas de ayuda social, por tanto, implica cambios en toda la organización donde se requiere una gestión estratégica, donde están incluidos los personajes que lideran e integran la empresa; al efectuarlas todas las empresas lograría un éxito en las organizaciones ya que por medio de la responsabilidad social se asegura excelentes resultados, frente a la competitividad de las diferentes empresas dentro del mercado, donde una oportunidad de negocio da como resultado valores intangibles que las organizaciones tienden a desarrollar en un futuro (Parrales et. al 2021).

Haciendo énfasis a lo comentado por los autores Ormaza et. al (2020) las organizaciones deben poner en práctica la responsabilidad social para mejorar la calidad de vida, salud, educación dando como resultado una vida digna con posibilidades a futuro de un desarrollo personal, familiar o profesional convirtiéndose en el camino que deben seguir para que contemplen excelentes resultados, manteniendo el derecho de los trabajadores, respetando y cuidando el medio ambiente sin dejar de lado sus obligaciones legales es por esto que la RSE busca empresas responsables a fin de lograr una estrategia enmarcada en los objetivos de desarrollo sostenible.

Alcance de la responsabilidad social

La construcción conceptual y los alcances de responsabilidad social, llegan a la región del Ecuador como un modelo de gestión por parte de grandes corporaciones multinacionales que incorporaron grandes cambios en sus estrategias y prácticas en todas las sucursales con que contaban, estas fueron las primeras empresas en implementar la responsabilidad social, seguido de una parte de empresas exportadoras y privadas nacionales las cuales contaban con excelentes expectativas.

Ecuador ha avanzado significativamente en la implementación de buenas prácticas como la producción orgánica y el comercio justo en empresas mixtas que producen para los mercados del hemisferio norte, así como en la introducción de un sello de turismo responsable para atraer consumidores informados. La Responsabilidad Social no ha logrado englobar todo el Ecuador, solo hay ciertos casos de empresas que han realizado esta gestión, esto se debe a sus desiguales avances en el sector empresarial, la participación del gobierno y el nivel de incidencia en las empresas de la sociedad civil.

Existen ciertas empresas que hasta el momento no cuentan con un modelo de negocio con metas para sus operaciones diarias, para después implementar indicadores que traten los temas sociales y ambientales, aunque algunas empresas grandes, medianas y pequeñas se han sumado al cambio de contribuir por el desarrollo sostenible (Villacías et. al, 2016).

Relación con los grupos de interés

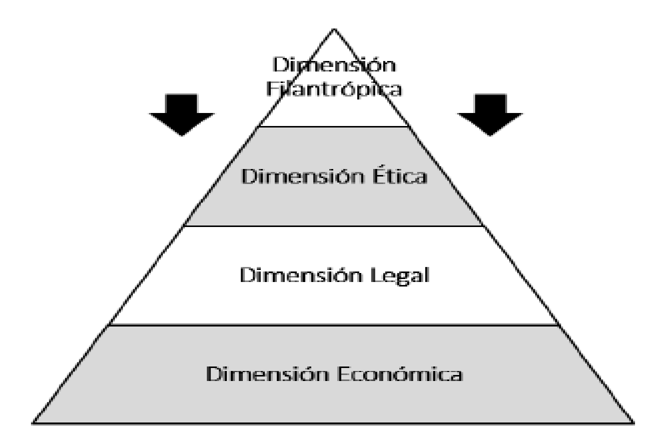
En las partes secundarias se encuentran otros grupos de interés, los cuales son medios de comunicación, grupos de presión, consumidores, tribunales,

gobiernos, la sociedad, el público y la competencia. En cuanto al análisis de los casos de estudio de la ciudad de Ambato y el estudio de los hoteles ubicados en Baños De Agua Santa, la adopción del medio publicitario ha evolucionado por ende las empresas y emprendimiento generan publicidad a través de las redes sociales. Se observa cómo esta estrategia se adapta tanto al empresario como al consumidor generando así la responsabilidad social y en marcándose en modelos que les permitan llenar todos los aspectos que engloba a la sociedad (Navas et. al, 2020).

Es por ello que realizan puntos de enfoque hacia una publicidad digital por el hecho de que muchas de estas no generan un costo o estos tienen variaciones, es decir se pueden modificar, indica que estos mensajes alcanzan a un público extenso, por ende es viable a cualquier persona, ahora bien, desde un punto de vista general crea beneficio, por otro lado, implica que estos contenidos ocasionen un impacto ético, así mismo ponen en práctica un modelo socialmente responsable, tanto en la dimensión filantrópica, económica, ética y legal apoyando las dimensiones propuestas en la Pirámide de Carroll.

Figura 1

Pirámide de Carroll



Nota: La figura representa la división de la responsabilidad social como estrategia publicitaria de las empresas turísticas. Fuente: Rueda et. al (2020)

Importancia dentro de la entidad

Por lo que se refiere a las dimensiones o responsabilidades filantrópicas dentro de las organizaciones, involucran el desarrollo de acciones que susciten el bienestar social, aportando al mejoramiento de la calidad de vida, de una manera voluntaria, por otro lado, las dimensiones éticas que se enfatizan en el cumplimiento de estándares morales en el que se ven obligadas las empresas hacer lo correcto.

Para producir una reacción positiva y de aceptación de su público, así mismo, las dimensiones legales se acentúan en el marco de las leyes, cumpliendo un reglamento estandarizado para el manejo de empresas, a continuación, la dimensión económica forma la base de la pirámide al referirse a la compra y venta de los productos o servicio, llegando a satisfacer una necesidad en el mercado mientras genera ingresos a la empresa implicada.

Así mismo un suceso que llama la atención es el neutro conocimiento que tienen las personas con respecto a la responsabilidad social y la estrategia publicitaria, de la misma manera la baja calificación que dan los huéspedes en cuanto al cumplimiento de la dimensión filantrópica, por ende, de este estudio se desprende que si tiene una gran influencia la responsabilidad social para lograr producir una buena estrategia publicitaria.

En relación con estas responsabilidades legales antes mencionadas, en el Ecuador se crearon leyes que contribuyen a que la publicidad que se muestra tenga coherencia y concordancia hacia el grupo de interés que vaya dirigido, de tal manera, que le da potestad o derechos a las personas a denunciar cuando dicha publicidad se considere innecesaria e inapropiada, las leyes presentes son la Ley

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Orgánica de Comunicación (2013) que se encarga de la protección de los derechos de la comunicación en relación a los derechos humanos

En su artículo 69 menciona sobre la suspensión de la publicidad engañosa junto al art. 94 que indica la protección de derechos en publicidad y propaganda, así también, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2019) que se encamina a normalizar las relaciones que existen entre el consumidor y el proveedor, en su art. 2 presenta la definición de publicidad engañosa, su art. 4 indica el derecho que tiene el consumidor con respecto a la protección contra la publicidad engañosa, en el art.6 señala lo que se considera como publicidad prohibida, hay que destacar que dentro de esta ley en su art. 72 menciona detalladamente la sanción que se le da al dueño de la empresa por generar una publicidad que llegue a considerarse fraudulenta.

Finalmente, Ley Orgánica de Regulación y Control del poder de mercado (2011) la cual regula las operaciones económicas, en donde su art. 87 menciona que al generarse una mala publicidad esta deberá ser mostrada públicamente. En definitiva, estas leyes ayudan a que las empresas y emprendimientos ecuatorianos legalmente posesionados en el mercado generen responsabilidad social hacia los grupos de interés, con ética en la publicidad que utilizan para dar a conocer sus productos o servicios.

Discusión

Se evidencia la publicidad y el sinnúmero de engaños que estas muestran a los consumidores, con el afán de generar mayores beneficios económicos hacia sus empresas, es por ello que a diario se busca implementar y crear nuevas estrategias que logren que las publicaciones, sobre todo, los publicistas sean más éticas y

muestren contenidos más reales que ayuden al consumidor a conocer más a profundidad el producto que van a adquirir.

Existe un relativo consenso en referencia a la publicidad engañosa, la que también recoge temas muchos más generales acerca de las leyes impuestas en Ecuador que mencionan países más desarrollados y cómo han logrado avanzar en cuanto a la regulación de la publicidad, esto a través de un conjunto de iniciativas que incluyen no sólo la regulación en cuanto a temas de publicidad, sino que también en la autorregulación de diversos temas de educación para de esta forma fomentar un mayor compromiso por parte de las empresas hacia los clientes.

La publicidad por lo general es una actividad relevante en contextos de competitividad. Es por ello que cumple funciones tan importantes que se requiere ser desarrollada bajo muchos principios éticos tanto de veracidad como de integridad y sobre todo de responsabilidad social que estas deben mostrar.

Un ejemplo claro es el impacto negativo de algunas campañas publicitarias que causan, un gran problema en los niños y en los jóvenes que a menudo son los más afectados con este tipo de publicidades, y son engañados con mayor facilidad, creando así en ellos que vivan en un mundo irreal, no sólo porque estipula sus hábitos de consumo con sus disposiciones de compra, sino porque limita sus estilos de vida, sus condiciones, sistema de creencias y valores en la sociedad, haciéndolos así ser personas irresponsables con pocos valores.

La publicidad empresarial es si es como una fórmula de noticia pagada que tienen las empresas al momento de informar mediante los diferentes medios disponibles en el mercado. Sin requisición, transmitida la cantidad de medios en los que las empresas pueden anunciarse para comunicar sus productos.

Con el tema de Responsabilidad Social las empresas ecuatorianas se han visto beneficiadas por incorporar la ética, y enfocándose en tres grandes áreas: el medio ambiente, la economía y la sociedad, ya que estos generan beneficios para cada grupo de interés, ya que al implementar ayudan a la sociedad en general por medio de actividades que realizan las empresas a fin de ayudar ciertos grupos prioritarios.

Al utilizar estas prácticas de responsabilidad social ayudan a las empresas a mejorar su imagen y construir relaciones entre el personal de la empresa y los clientes, cabe señalar que las empresas que implementan estas prácticas son incentivadas por sus operaciones normales y prácticas éticas. Logrando que estas empresas brindan productos de calidad y generar publicidad responsable, fidelizar a los clientes, contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad a través de su implementación y generar cambios sociales y beneficiosos para las partes interesadas.

Es por esto que por las razones ya explicadas las empresas apoyarse en los grupos de interés para de una mejor manera poder lograr campañas que orienten a la comunidad en general ya sea de ayuda social porque están más enfocadas en esa área y a su vez deben ser lideradas por personas aptas a realizar cambios donde se requiera una gestión estratégica más acorde a lo que la empresa requiera.

Toda empresa debería tener éxito si implementara la RSE porque aseguran excelentes resultados no solo financieros sino para la imagen de la misma, ya que en vista de la sociedad está siendo colaborativa y responsable, también de ganar prestigio frente a su competencia, así va generando el compromiso y ejemplo a su vez que las demás empresas practiquen, a su vez, asuman la ética comprometiéndose para actuar de forma responsable y trabajar en conjunto con

ISBN: 978-9942-7014-3-5

los grupos de interés, medio ambiente y la sociedad manifestando un equilibrio entre todos.

Los compromisos que realizan las empresas deben estar más abiertas al diálogo, ya que se tratan nuevas ideas, diferentes opciones para elegir a fin de innovar, estar predispuestos a cambios e implementar nuevos servicios, todo sea para beneficio de la empresa , también de saber ha anteponerse a ciertos errores que pueden suceder y con ello evitaremos estos sucesos, logrando que los clientes nos elijan siempre frente a otros, además si existen estrategias que son bien ejecutadas habrá cierta demanda de los grupos de interés, convirtiéndose en una herramienta de éxito para que la empresa lidere la competencia frente a otras.

En el Ecuador no toda la población se está rigiendo por medio de estas prácticas, existen casos inusuales que han puesto en marcha dicha gestiones, la cuales mejoran el modelo de gestión por el que se guían, haciendo que haya más desarrollo no solo en sentido empresarial, sino también a lograr una vida digna para todos.

Por últimos, de los casos analizados, un primer aporte obtenido se relaciona con los emprendimientos y el campo publicitario, donde los consumidores hoy en día observan los productos de su preferencia por medio de las redes sociales, por lo tanto este hallazgo ayuda a las empresas del sector (caso estudiado en la ciudad de Ambato), a estar pendiente de cual es medio que proporciona mayores beneficios y facilidad de difundir la publicidad de sus productos o servicios, por ende, deben de generar una estrategia para que la publicidad esté direccionada correctamente y ofrezca al receptor contenido con información ética, ya que , de esto dependerá la reacción del consumidor.

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Un segundo aporte se encuentra relacionado al área hotelera, en concreto en la implementación más profunda de la responsabilidad social, fomentando así, la generación de estrategias publicitarias, creando una estrecha relación con los clientes, y mejorando su turismo. Este hallazgo ayuda a que las empresas logren identificar cada una de las dimensiones de responsabilidad social que tienen, así mismo, distinguir cual necesita un plan de mejoramiento, para lograr una fidelización de los clientes.

En el caso de estudio, se propone hacer hincapié en la dimensión filantrópica que trata a la empresa en una relación constante y solidaria con la sociedad. Esta investigación brinda conocimiento de las leyes con las que deben regir toda empresa o emprendimiento para enmarcar su publicidad con responsabilidad social, conocer los beneficios y las consecuencias que atrae el difundir una publicidad inadecuada.

Conclusión

La publicidad y su falta de ética afectan tanto el rubro de lo económico, pero más al plano social. Es por ello que uno de los cambios más relevantes a realizar en la publicidad actualmente es el hecho de poder mostrar una responsabilidad social por parte de las personas inmiscuidas en medio de esta actividad, se puede indicar que no es ineludible, sino que es prácticamente indispensable la necesidad de una ética publicitaria apegada a la realidad con contenidos más elocuentes; esto debido a la gran influencia que esta genera en nuestra sociedad, convirtiéndola así en uno de los principales canales de comunicación de valores y modeladores de guía.

Sólo si la publicidad y también todos los dependientes de esta hicieran seriedad de la gran responsabilidad social que tienen, podríamos así conseguir que exista

una publicidad que logre satisfacer a sus dos aspectos, es decir tanto a lo económico como también a lo social. Sólo así podremos conseguir que existan anuncios más respetuosos para los consumidores, individuos que forman la sociedad, la publicidad puede continuar siendo eficaz, aunque sea ética y eso es lo que tenemos que impulsar de todas las formas posibles en nuestra sociedad.

Las empresas del Ecuador al no hacer uso de la responsabilidad social empresarial están logrando que no obtenga los resultados más esperados por años; si tan solo la implementaran haría que todos gocen de una vida digna, de educación para los niños y un mejor equilibrio entre el ambiente y la sociedad, manteniendo y respetando los derechos de los ciudadanos mientras todas las personas nos beneficiamos de una responsabilidad justa.

Frente a la competencia de otras organizaciones se crearían más oportunidades de negocio, empleos para todos los ciudadanos que sea viable para el desarrollo del país, haciendo estrategias que enmarcan hacia un futuro próspero con resultados positivos para la sociedad, respetando los derechos y valores de los ciudadanos a su vez con el medio ambiente. Y al mantener una estrecha y excelente relación con los grupos de interés se asegurará un desarrollo viable para el Ecuador con mejores propuestas de trabajo, una sociedad que ayude a ser cambios que marquen el rumbo de todas las compañías.

La publicidad que maneja toda empresa, emprendimiento, concursos, etc., se realiza por medio de las redes sociales por diversos beneficios como, el presupuesto que tienen los negocios cuando se están iniciando, el costo y los patrocinios que estas redes brindan, la accesibilidad a la información a todo tipo de persona, ya que llega a un público masivo. Así mismo, por la situación actual de pandemia este proceso de difusión se ha ampliado, por ende, se debe tener en

cuenta y mejorar la confiabilidad y veracidad de los anuncios y de envío de los productos, de todas formas, este es un medio muy aceptable por una gran población.

Para que se genere un buen diseño de estrategias la pirámide de Carroll de RSE es una buena guía, para que las empresas tengan en cuenta cada uno de los enfoques a cumplir en las 4 dimensiones principales que son las filantrópicas, éticas, económicas, y las legales, en el contexto de emergencia sanitaria, los protocolos de funcionamiento y bioseguridad que manejan las empresas certifican el resguardo de la integridad de los consumidores, además de un excelente discernimiento hacia los productos comercializados.

Referencias bibliográficas

Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Lasallista de Investigación, 15*(2), 105-117. doi:10.22507/rli.v15n2a8

Aldeanueva, I. (2013). Los grupos de interés en el ámbito de la responsabilidad social universitaria: un enfoque teórico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XLVI*, 235-254.

Arias, P., Asitimbay, H., & Guerra, M. (2017). La publicidad: historia, influencia y análisis de la agencia publicitaria “the creative home”. *Digital Publisher, 2*(3), 48-65. doi:ISSN 2588-0705

Estevez, C. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial.* España: Guía de Plan de Trabajo.

Fontrodona, J., & Argandoña, A. (2011). Una visión panorámica de la ética empresarial. *Universia Business Review*(30), 12-21. Obtenido de https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/785/911

Gomez, B., & Martinez, R. (2016). Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa. Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación. *Scielo*, 33-49. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222016000100002&lng=en&nrm=iso

Granda, G., & Trujillo, R. (2011). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. *Economía Industrial*(381), 71-76. doi:ISSN 0422-2784

Hernández, L. (2005). Persuasión y manipulación en la Publicidad. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*(30), 1-20.

Ley Organica de Comunicacion. (2013). *LEY ORGANICA DE COMUNICACION.* Ley: Registro Oficial Suplemento 22.

Ley Organica de Defensa del Consumidor. (2019). *Ley Organica de Defensa del ConsumidorLey Organica de Defensa del Consumidor.* Registro Oficial Suplemento 116.

Ley Organica de Regulacion y Control del poder de mercado. (2011). *LEY ORGANICA DE REGULACION Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO.* Ley: Registro Oficial Suplemento 555 .

Morán, C., Rodríguez, L., Torres, M., Aguilar, A., & Vallalta, M. (2016). Stakeholders, responsabilidad social en Ecuador. *Revista Científica y Teconológica UPSE*, 21-30.

Moreno, R. (2015). *Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa.* Cumbria: Cumbria FSC.

Navas, M., Córdova, V., & Ballesteros, L. (2020). Marketing digital: una mirada de crecimiento empresarial lineal hacia una exponencial. *Digital Publiser, 5*(6), 1-20. doi:10.33386/593dp.2020.6-1.353

Noguero, A. (2016). *Una ética olvidada: publicidad, valores y estilos.* Málaga: Universidad de Málaga Ponencia 4.

Ormaza, J., Ochoa, J., Quevedo, J., & Ramírez, F. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de*

Ciencias Sociales (Ve), XXVI(3), 1-18. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063519009

Parrales, C., Trelles, G., & González, M. (2021). La Responsabilidad Social Empresarial Y Su Papel estratégico En La Competitividad De Las Empresas Exportadoras. *Yachana Revista Científica, 10*(2), 1-20.

Pellicer, M. (2017). La publicidad y su responsabilidad social. *Vivat Academia*(139), 43-51. doi:10.15178/va.2017.139.43-51

Pontón, J. (2015). Representación, cuerpo y mujeres en la publicidad ecuatoriana: Un "Vistazo" histórico. *ComHumanitas, 5*, 105-120.

Rodríguez, M. (2018). Ética de la publicidad. Retos en la era digital. *Methaodos, 6*(1), 158-160. doi:10.17502/m.rcs.v6i1.202

Rueda, C., Pashma, K., & Córdova, V. (2020). Responsabilidad social como estrategia publicitaria de las empresas turísticas. *Digital Publiser, 5*(6), 71-79. doi:10.33386/593dp.2020.6-1.384

Saritama, A. (2014). Publicidad "made in Ecuador" y otras restricciones a la expresión publicitaria a partir de la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación. *USFQ Law Review, 2*(2), 129-144. doi:10.18272/lr.v2i1

Sarmiento, S. (2011). La responsabilidad social empresarial gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimensión empresarial, 9*(2), 6-15. doi:ISSN-e 1692-8563

Villacías, C., Suarez, Y., & Güillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando, 3*(8), 452-466. doi:ISSN 1390-930

Capítulo 4

La ética y los sistemas de mercado frente al constante cambio laboral en la ciudad de Quito

La ética y los sistemas de mercado frente al constante cambio laboral en la ciudad de Quito

Ethics and market systems in the face of constant labor change in the city of Quito

Salgado Ortiz, Patricia Janella
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: patricia.salgado@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-5366-7330

Avilés Bravo, Víctor Israel
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: victor.aviles.bravo@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-0900-7685

Espín Chila, Damari Mayte
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: damari.espin.chila@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-5766-1235

Fuentes Mora, Anshelo Marcell
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: anshelo.fuentes.mora@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-8278-6144

Resumen

El mundo de los negocios se encuentra conformado por un sistema de mercado donde los participantes conformar una gran red para intercambiar sus productos o servicios, sin embargo, debido al constante cambio de la oferta y demanda, los distintos emprendimientos tanto como las empresas deben adoptarse para obtener financiamiento, mejorar sus prácticas, innovar en aspecto tecnológico e incluso lanzar negocios nuevos, etc. El objetivo del artículo es analizar la forma

en la que se relaciona la ética junto a los sistemas de mercado, debido al cambio que existe en el medio laboral donde se interconectan todos los actores, funciones y temas de un subsector de productos. Se aplica la metodología revisión bibliográfica en base a publicaciones registradas de los artículos que incluyen criterios de mercado laboral, ética y sistemas de mercado para proporcionar elementos constructivos sobre la forma en que se evidencian los cambios laborales en la ciudad de Quito. Los resultados se organizan en dos partes. primero, se considera un análisis conceptual de los actores y la utilidad de su compromiso teórico; luego se pone el acento en la definición de los aportes de la ética empresarial a esta teoría. Al concluir se evidencia que debe existir un concepto de ética basado en la confianza, cooperación entre la empresa y sus grupos de intereses, además de la responsabilidad de gestión en un mercado donde existe un constante es necesario se apliquen normativas, reconocimientos y sanciones para quienes infringen leyes, estafas al consumidor, defraudaciones a accionistas, engaños contables, etc.

Palabras clave

Ética, sistemas de mercado, cambio laboral, Quito

Abstract

The business world is made up of a market system where participants form a large network to exchange their products or services, however, due to the constant change in supply and demand, the various enterprises and companies must adopt to obtain funding, improve their practices, innovate in technological aspect and even launch new businesses, etc. The objective of the article is to analyze the way in which ethics is related to market systems, due to the change that exists in the working environment where all the actors, functions and issues of a sub-sector of

products are interconnected. The bibliographic review methodology is applied based on registered publications of articles that include criteria of labor market, ethics and market systems to provide constructive elements on the way in which labor changes are evidenced in the city of Quito. The results are organized in two parts. first, a conceptual analysis of the actors and the usefulness of their theoretical engagement is considered; then emphasis is placed on defining the contributions of business ethics to this theory. In conclusion, it is evident that there must be a concept of ethics based on trust, cooperation between the company and its stakeholders, in addition to management responsibility in a market where there is a constant need for regulations, recognition and sanctions for those who violate laws, consumer fraud, shareholder fraud, accounting fraud, etc.

Key words

Ethics, market systems, labor change, Quito

Introducción

Según Álvaro (2014) el término ética empresarial es apropiado porque las actividades organizacionales involucran muchos factores humanos que son una parte integral de las actividades económicas y comerciales. El personal es importante en la toma de decisiones corporativas, independientemente del tamaño o la evolución de la empresa, y la creencia en la armonía debe practicarse en el marco de un comportamiento verdaderamente ético en el lugar de trabajo.

En ese sentido Vilar (2019) expone que la ética de los negocios respecto al cambio laboral el cual siempre es cambiante abarca un conjunto de conocimientos, los cuales sirven para formular juicios acerca de las posibles consecuencias aplicar

planes de acción en términos de educación moral. Mientras Betancur (2016) confirma que la ética empresarial, no es más que un grupo de valores e ideas morales dentro de una empresa que busca satisfacer las necesidades de los seres humanos y el propósito por el cual existen.

En algunos países de Europa se dio la moda en los años de 1980, pero la intranquilidad por la magnitud ética de la diligencia económica viene procedente de Aristóteles y su tajante apreciación a la práctica de la usura. En estos tiempos es el estudio de la ética es una cosa y el comercio otra, por lo cual atrae el interés de muchos dueños de empresas; se dice que a mitad del siglo XX se puede ver en un incremento de personas que infringen las leyes, estafan al consumidor, dañan el ambiente, defraudan a los accionistas, hacen engaños contables e incumplen pagar los derechos de autor, se benefician del trabajo infantil o comprometen la salud de sus empleados; todas estas prácticas crean una evidente separación de la ética con el comercio (Calvo, 2014).

Por raro que se vea, el desplazamiento de la ética y los negocios no se muestra como una contestación a la mala reputación de los directivos, si no, debido a su al poco interés de los mismos sobre la sociedad hasta que con el pasar del tiempo la ética fue tomando mayor importancia en el mundo laboral. Como lo indican Luban & Wendel (2020) la carencia de ética produce pérdidas a las organizaciones y mercados debido al desconfianza que generan ante los consumidores, como anécdota tenemos que una acción inmoral puede perjudicar desfavorablemente los resultados financieros de las organizaciones que contribuyen en la bolsa y desmoraliza la inversión.

Debido al constante cambio en los mercados se presentan ciertas situaciones como: externalidades, monopolio natural, bienes y servicios públicos. Este

último puede incluir al Estado como bien o como propietario particular, productor, financiador, prestatario de servicios, resaltando la importancia de su existencia en los sistemas de mercado donde pueden incluso restringir sobre el mismo con sus normativas. Según Odriozola & Hernández (2017) para establecer una regulación económica significa el uso de restricciones impuestas por el estado, para fomentar o controlar las decisiones de los agentes en situaciones en las que se produce una falla del mercado para aumentar la actividad.

Existen organizaciones que llegan a tener éxito debido a que se encuentran progresando y adaptándose a nuevas prácticas, mientras otras fracasan al mantenerse igual sin alguna clase de modificación; es importante tratar de innovar ya que el mundo presenta diferentes cambios con el pasar del tiempo. De esta forma menciona Dubrin (2008) que cambiar las costumbres no es una tarea fácil, ya que se necesita tener la actitud para tomar una decisión y la voluntad intacta de los que dirigen las empresas en comprometerse y ser responsables al cambio a través de las buenas virtudes con la finalidad de brindar un buen ejemplo para el resto de individuos en la organización.

A todo esto, se puede indicar que la ética se la considera un asunto de principios que ahora se implementa estratégicamente dentro de las organizaciones, dado que la correcta aplicación de la misma puede influir en los resultados económicos, como también en el desempeño de cada uno de los integrantes de la empresa. Es importante tomar este nuevo rumbo al combinarla con el desempeño laboral en empresas de la ciudad de Quito mediante la aplicación de principios, valores y compromisos como: compromiso, respeto, honestidad, justicia, etc. que deben aplicar para todo el personal que labora en la empresa, independientemente del

nivel jerárquicos, para lograr alcanzar las metas y objetivos organizacionales en un sistema de mercado que está en un constante cambio.

Metodología

Se utiliza el método de revisión y análisis bibliográfico basado en los estudios realizados a de manera deductivo al ser la información expuesta a base de categorías temáticas que están predefinidas, lo cual viene a ser una investigación cualitativa al basarse en reunir y analizar información no estandarizada y así poder obtener datos válidos a este artículo.

Esto se lleva a cabo debido a que se utilizó como base de investigación distintos artículos para llegar al objetivo del mismo con respecto al tema de la ética en los negocios y el cambio laboral constante, los principios corporativos, responsabilidad hacía los grupos de interés, la conducta interna y las sanciones e incentivos.

Resultados

Como resultados de estas definiciones que surgieron a partir de la búsqueda bibliográfica se desprenden dos conceptos muy importantes, por un lado las diferentes relaciones interpersonales en el ámbito laboral que caracterizan a los individuos en la sociedad; mientras por otro, se muestra un patrón de actuación deseable, en donde está presente un modo de conocimiento dónde establece un sistema moral, el cual se diferencia entre que se debe hacer y que no se debe hacer, en otras palabras saber elegir entre el bien y el mal.

Según Cuadros (2018) la ética define el bien como gozoso y el mal como doloroso. Como resultado, la gente siempre tiende a ser feliz. Para él, el bien es lo

ISBN: 978-9942-7014-3-5

que crea la felicidad, y el deber del líder es buscar el equilibrio entre los intereses públicos y privados.

La ética, en principio, puede ser vista como un conocimiento puramente práctico para actuar racionalmente en la vida y aprovecharla al máximo. Para hacer esto, debe poder ordenar razonablemente sus objetivos en la vida. Desde los albores de la ética, la primera distinción se ha hecho habitualmente de saberes del conocimiento humano como una práctica importante es distinguir entre qué hacer y cómo manejar el comportamiento en la sociedad.

De acuerdo a las conceptualizaciones anteriores, la ética de negocios tiene todo que ver con la conducta de cada uno de los individuos que pertenecen o dirigen las empresas, en otras palabras, es el modo como llevan a cabo las actividades los integrantes de la organización en base a los patrones y normas establecidas aceptadas dentro del área empresarial, adecuadas al ambiente socio-económico en el que se desarrollan.

Es así que en una misma línea de ideas confirman que un gran porcentaje de organizaciones en el mundo que están en vías de desarrollo se observan fascinadas a la idea de incorporar tecnología, para poder así alcanzar mayor competitividad en la sociedad tanto que olvidan algunos aspectos de post-adquisición que pueden mitigar las ilusiones de transformarse en una empresa competitiva. Por esto, es de mucha importancia tomar en cuenta que la tecnología puede generar una gran tensión acerca de los recursos escasos: humanos, operativos, económicos y técnicos, en conjunto con los aspectos éticos que conforman los recursos integrales que al instante de adquirir nueva tecnología deben apreciar para así conseguir un alto nivel de competitividad.

Según lo que se ha investigado en este entorno, las organizaciones han alcanzado buen posicionamiento al ser generadoras de riquezas, así como también al ser un lugar donde se concentran un considerable número de personas laborando y adquiriendo sus productos o servicios; se podría decir que no existe un solo acontecimiento en la sociedad que no tengan una estrecha relación con el mundo de los negocios.

Un reciente estudio en la ciudad de Quito reactiva el debate sobre la ética en los negocios, la investigación llamada Ética Empresarial nos muestra que el 27% de la población ve de manera favorable el comportamiento ético en las organizaciones, otro 27% lo evalúa como neutro y con un 46% lo ven como desfavorable. (Revista Líderes, 2018)

Tal como lo plantea la teoría de la ética organizacional, con referencia a las reglas éticas, en este caso de estudio se puede apreciar que una de las formas de integrar la ética en las organizaciones es el proceso de formación de los empleados. La formación recomendada por el empleado como un proceso importante debe tener lugar antes de que se establezca un código de conducta para crear conciencia dentro de la organización (Coba et. al, 2017).

Además, la teoría de la ética empresarial establece que la ética debe cubrir tanto los aspectos internos como externos del trabajo de la organización. Las investigaciones que abordan la importancia ética en la gestión de los recursos humanos, así como las relaciones con clientes y proveedores, confirman este doble enfoque.

Por otro lado, en cuanto a un código de conducta, los participantes del estudio afirmaron que cualquier código debe cubrir principalmente, pero no

exclusivamente lo que se refiere a clientes, proveedores y gestión de recursos humanos. (Revista Líderes, 2018)

La ética empresarial también se refiere al hecho de que cualquier código de ética debe ser útil para tomar una decisión, especialmente cuando se trata de dilemas en los que no está claro qué hacer en una situación determinada. Para Chamorro (2014) en este sentido, la empresa debe aclarar la forma de manejar los conflictos con clientes y proveedores mediante el código de conducta, además de orientar la relación entre clientes y proveedores en la agencia.

Curiosamente, los empleados que participaron en el estudio mencionaron la confianza y la sostenibilidad empresarial como valores que se derivan de guiarse por la ética de la empresa. La comprensión de la organización de esta problemática es que la ética infunde confianza y sin confianza, se pone en peligro la estabilidad de los negocios.

En una perspectiva organizacional, la ética debe ser vista como una inversión, no sólo para el negocio presente, sino también para el futuro, asegurando la sustentabilidad de la empresa. Como menciona Berzosa (2013) la junta directiva considera la ética organizacional un pilar para asegurar la viabilidad a largo plazo de la industria al satisfacer las necesidades de los consumidores y la sociedad en general.

El análisis de estos casos nos ha dado la respuesta para mantener la ética en las empresas en tiempos actuales debido a los cambios laborales según Emprende hoy (2017) se generan a través del tiempo como lo son:

- Capacidad mayor para la retención de colaboradores. Los trabajadores buscaran permanecer un mayor tiempo en lugares donde los líderes respeten sus derechos y opiniones.
- Atraer inversores. Una empresa gestionada éticamente creará un entorno favorable para la inversión y los inversores pondrán su dinero donde crean que está seguro.
- Contribuye a la edificación y mantener una buena imagen empresarial. Tener una buena imagen con nuestros clientes es una parte importante del éxito de nuestro negocio. De hecho, una de las principales razones por las que los compradores deciden entrar en un negocio se sustenta en la ética empresarial.
- Esta es la clave para aumentar la productividad. Los empleados trabajan mejor cuando sienten que están haciendo lo correcto y estarán motivados porque sienten que están contribuyendo a un mundo mejor.
- Conduce a beneficios a largo plazo. El colaborador ético cree en los beneficios a largo plazo.
- Incentivar a mantener la calidad. Las empresas éticas se esfuerzan por ofertar a sus clientes productos y servicios de calidad, incluso cuando la demanda supera la oferta.
- Aumenta la lealtad del cliente. Sí, tiene una imagen positiva en el mercado. Esto permite a los consumidores confiar en su producto o servicio y compartir esta información con amigos y familiares.

Para aplicar la ética en las empresas, es importante establecer los valores y principios que deben llevar a cabo las acciones de los colaboradores internos, así

como en la toma de decisiones dentro de la organización; es a través de la ética de negocios que se logra impulsar los valores compartidos con una correcta decisión de valores, e implementación interna a base de estrategias de integración y comunicación frente a los cambios laborales que ocurren en el sistema de mercado que no solo nos permitirá crear una mejor relación con los operadores, sino que nos resultará atractiva para los clientes.

Discusión

El resultado del estudio, si bien demuestra un alto nivel de desempeño laboral y cumplimiento de las normas éticas de los empleados; la relación entre las variables de la investigación resultó ser muy positiva, es decir, si el empleado mejora su respeto por la ética del trabajo, algunos la mejora en el desempeño laboral no será necesariamente obvia.

El estudio concluye proponiendo una redirección de los esfuerzos internos para que los empleados participen más en capacitaciones, seminarios o talleres donde se comparta el conocimiento entre los miembros de la organización, lo cual se planifica y organiza de acuerdo a las necesidades individuales y colectivas. Asimismo, el desempeño de cada colaborador de la empresa dependerá de la aplicación de verdaderos valores y principios como la máxima utilización de sus habilidades, destrezas y conocimientos para crear un beneficio en las organizaciones y hacia la sociedad.

De manera similar, el análisis de los resultados se realizó dentro de los parámetros, dimensiones e indicadores de este estudio, utilizando referencias a hallazgos similares en el contexto de la investigación y/o en los enfoques básicos establecidos. Dentro de la variable ética empresarial y en la dimensión valor, cuyos indicadores son: puntualidad, confianza, respeto, honestidad y responsabilidad,

es interesante notar que la población estudiada demuestra propositivamente que los elementos de valor están diseñados para cumplir con los requisitos de la empresa en el código de conducta y como un factor muy importante en el entorno en el que se desenvuelve cada empresa (Sanchez, 2016).

Esta posición demuestra así un nivel relativamente alto de ética empresarial sentando las bases para que los gerentes responsables de la gestión de la organización desarrollen el negocio, la autonomía e incluso el ejercicio de su libertad, lo que puede traducirse en la capacidad de asumir nuevos desafíos con y para los clientes.

Comprender la relación entre la ética y la teoría de las partes interesadas requiere un análisis cuidadoso del concepto. Es importante no confundir la ética de la organización con el socialmente responsable trabajo, porque, aunque mantengan una relación directa, el primero se basa en principios y valores éticos aplicados para resolver contradicciones morales o éticas dentro de la organización, mientras que la responsabilidad social corporativa son las acciones que realizan los negocios para hacer frente a los impactos económicos, ambientales o sociales resultantes del trabajo.

Por otro lado, la teoría de las partes interesadas refiriéndose específicamente a las relaciones organizacionales con diferentes agentes o grupos de interés a los que se expone o de cualquier manera afecta o es afectada por las actividades de la organización. Según Flores et. al (2019) permite la búsqueda de partes interesadas para individuos de doble responsabilidad social corporativa con cada grupo de interés, actúa en consecuencia a sus preferencias y expectativas. Los resultados del análisis muestran la importancia de la ética en los negocios y así en la



administración de grupos de interés de cómo se propone hacer negocios, con quién y en qué circunstancias para estar enmarcados por un acuerdo moral.

Los grupos de interés forman parte de la organización y participan en sus actividades y desarrollo directa o indirectamente. Es así como la ética organizacional cobra importancia en la relación entre empresa y ambiente laboral, ya que representa los principios de las relaciones y límites morales en la responsabilidad de todos. Además de la nueva visión empresarial hace que las organizaciones dejen de hablar de maximización de las utilidades para maximizar los beneficios, esto incluye aquellos que cumplan con las expectativas de las partes interesadas (Guerra et. al, 2021).

El camino ético ejerce un papel importante en la determinación de la cuestión de la responsabilidad material, problemas sociales y finalmente, los cambios en la forma en que hacemos negocios también han ampliado la forma en que hacemos negocios.

Los casos de estudio se basan en las obligaciones éticas que deben seguir las empresas con respecto al medio ambiente y por lo tanto es social, moral, económica y humanamente responsable frente a todas las partes interesadas que lo hacen directamente o indirectamente relacionado con las actividades de negocio; de hecho, cualquiera que tenga la oportunidad para iniciar su negocio, luego se convierta en empresario, no solo registra para ser distribuidor de riqueza económica, pasa a la acción sobre la base de la justicia económica y social, quienes en última instancia aportan estos valores fundamentales al bienestar de nuestra sociedad.

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Conclusión

Podemos concluir que la ética en el mercado se conjuga con el constante cambio que ha tenido a lo largo de tiempo, esto ha incrementado su vigencia con un afianzamiento de las empresas con las sociedades contemporáneas, en el cual se pretende a dar a entender cómo se desarrolla en los entornos diferentes, en esta ocasión que se escogió la ciudad de Quito, posteriormente, se clasificó el estudio según su finalidad de aplicación, ya que tuvo como objetivo abordar interrogantes que comúnmente surgen en las organizaciones empresariales sobre la ética de los empleados y su impacto en el desempeño laboral.. Aquí también se aplica la transparencia normativa, conjugada con la coherencia la claridad de la información, reconocimientos y sanciones, en ciencia cierta en estos tiempos el estudio de la ética con el comercio o sus negociaciones atrae el interés de herederos, dueños o magnates de empresas, para mejor su ambiente laboral dentro de las organizaciones, ya que se suele sentir el desgaste de la moral económica, personas que infringen leyes, estafas al consumidor, defraudaciones a accionistas, engaños contables, esto y mucho más daña el ambiente laboral de las organizaciones, por eso es vital el estudio de este caso articulado para la buena mejora y productividad de las empresas u organizaciones.

Analizando los resultados de las investigaciones podemos decir que la ética de los negocios es una estrategia que se utilizó bastante ya que nos permite aumentar las ganancias y por eso varios pensadores de la época la aprobaron pero tenían sus preocupaciones ya que algunos comerciantes eran codiciosos y ambiciosos en esa época de 1980 tener una idea de negocio era algo indecente las personas lo veían mal y esto era como una costumbre que se tenía en esos época, los consideraban negocios inmorales esta filosofía se dice que va en contra de los fines lucrativos

con esto nos damos cuenta que en esos tiempos las personas no se arriesgaban emprender ya que tenían miedo por los castigos que estos pensadores querían imponer fue por ese motivo que se decidió separar la ética de la economía pero igual se seguía teniendo el mismo pensamiento a pesar de que ya eran dos temas totalmente diferentes la tacharon como un conjunto de actividades lucrativas diferentes a consideraciones éticas, a partir del siglo XX las personas comenzaron a ver el estudio de la ética como una cosa y el comercio como otra por las abusos que se produjeron como estafas al consumidor, daño al ambiente y se benefician del trabajo infantil .

En esencia esta investigación demuestra que para mantener o aumentar la retención de empleados, muchos de los subordinados en un ambiente laboral con mejor compromiso social pretenden permanecer mucho más tiempo en un lugar positivo donde sus líderes valoran sus derechos y opiniones, adicional esto genera atracción de inversores en una empresa que mantiene la ética en su gestión, ya que aporta a construir y mantener una reputación organizacional, y así se crea una imagen positiva con los clientes a base de buena negociación conjugada con la ética empresarial. es muy importante el hecho de cómo los clientes ven a las empresas, pues tener una buena imagen aporta al éxito organizacional, es más son una de las principales metodologías por lo que los usuarios, consumidores, proveedores, etc, consideran ser parte del negocio y eso se basa en el aporte de la ética empresarial.

Muchos de estos factores conducen a un beneficio a futuro ya que el trabajo ético confía en los resultados de beneficios a largo plazo, de manera que en ese transcurso puede mantener la calidad, así sus clientes gozarán de productos y servicios de calidad incluso en ocasiones la demanda superará a la oferta.

Entonces, la clave para mejorar la productividad está en la ética de los negocios, donde los subordinados se desempeñarán de manera ágil y efectiva siempre y cuando crean que lo que están haciendo esta correcto y así se motiva para que sientan que están contribuyendo a un ambiente y mundo mejor.

Referencias bibliográficas

Álvaro, F. (2014). Sistemas de salud en condiciones de mercado: las reformas del último cuarto de siglo. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública, 32*(1), 95-107. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/120/12029652011.pdf

Berzosa, C. (2013). La difícil relación entre ética y economía. *Revista de Economía Mundial*(35), 271-284. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/866/86629567015.pdf

Betancur, G. (2016). La ética y la moral: paradojas del ser humano. *Revista CES Psicología, 9*(1), 109-121. doi:ISSN 2011-3080

Calvo, P. (2014). Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. *Tópicos, Revista de Filosofía, 47*, 199-232.

Chamorro, R. (2014). ÉTICA Y MORAL EN MERCADOS CONCENTRADOS: EL CASO DE LOS PAÍSES DE. *Revista Científica Hermes*(11), 227-224. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4776/477647158011.pdf

Coba, E., Díaz, J., Zurita, E., & Proaño, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, V*(18), 23-44. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/2150/215052403003.pdf

Cuadros, R. (2018). Ética y formación de investigadores: la importancia de las virtudes y la sabiduría práctica. *Revista Colombiana de Educación, 1*(79), 223-242. doi:10.17227/rce.num79-7972

Dubrin, A. (2008). *Relaciones Humanas Comportamiento Humano en el Trabajo.* Ciudad de México, México: Pearson Prentice Hall.

Emprende hoy. (Agosto de 29 de 2017). *Emprende hoy.* Obtenido de Emprender hoy: https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/la-importancia-de-la-etica-en-los-negocios-noticia-1073329

Flores, J., Guaman, P., Manzanares, K., & Ormaza, J. (2019). Ética y responsabilidad social de las empresas públicas. Caso Ministerio de Agricultura y Ganadería distrital de Azogues. *Central American Journals*(67), 22-29. doi:10.5377/entorno.v0i67.7493

Guerra, P., Barragán, J., & Barragán, M. (2021). Impacto de la ética en la toma de decisiones de negocios. Una comparativa internacional. *Daena: International Journal of Good Conscience, 16*(1), 1-16.

Luban, D., & Wendel, B. (2020). La filosofía de la ética profesional: una historia entrañable. *Rev. derecho (Valdivia), 33*(2), 49-78. doi:0.4067/S0718-09502020000200049.

Odriozola, S., & Hernández, H. (2017). En torno al debate Estado-Mercado. *Economía y desarrollo, 158*(1), 245-269. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4255/425553381018.pdf

Revista Líderes. (26 de noviembre de 2018). *Líderes.* Obtenido de Revista líderes: https://www.revistalideres.ec/lideres/estudio-reactiva-debate-etica-empresarial.html

Sanchez, A. (2016). *Ética* (Tercera ed.). Ciudad de México: Debolsillo.

Vilar, J. (2019). La ética en la práctica cotidiana del ejercicio profesional. *Revista de educación social, 1*(10), 1-32. Obtenido de ISSN 1698-9007

Capítulo 5

La ética del cuidado dentro de las organizaciones sociales

La ética del cuidado dentro de las organizaciones sociales

The ethics of care in social organizations

Ruiz Zambrano, Lina Gissella
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: lina.ruiz@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-6573-7466

Benavidez Mendoza, María Gabriela
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: maria.benavidez@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-5123-8196

Cobeña Infante, Nathaly Narcisa
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: nathaly.cobena.infante@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-7637-2394

Cheme Baque, María Gabriela
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: maria.cheme.baque@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-9161-120X

Resumen

Los seres humanos son entes naturalmente sociables que necesitan relacionarse con otras personas a lo largo de la vida, en este transcurso conocen a quienes comparten ideas, gustos y se vuelve importantes dentro de su día a día, pero también se atraviesan momentos complicados donde se es incapaz de cuidarse a sí mismo y necesita a los demás para vivir al depender de la debilidad humana, lo que se conoce como la ética del cuidado. El objetivo del artículo es identificar la manera en que cual la ética del cuidado interviene en las organizaciones sociales, desde las que van del ámbito público, privado, religioso o cualquier tipo de personas con las que se tiene relación. La metodología aplicada es de revisión bibliográfica con carácter cualitativo cuya finalidad es pasar de lo inductivo a deductivo para comprender la forma de describir las cualidades y características

dentro de las organizaciones sociales. En el análisis se puede apreciar que existen organizaciones en el país las cuales brindan servicios gratis a beneficio de las personas en situación de vulnerabilidad con principios a seguir, pero los mismos no son cumplidos en totalidad por la poca ética entre algunos miembros dando lugar a acciones corruptas. Finalmente se concluye que las organizaciones sociales fomentan el valor de la ética mediante el reconocimiento de mejoras a través del respeto, igualdad, solidaridad y justicia.

Palabras clave

Ética, organizaciones sociales, cuidado, principios

Abstract

Human beings are naturally sociable entities that need to interact with other people throughout life, in this course they meet those who share ideas, tastes and become important in their day to day life, but they also go through complicated moments where it is unable to take care of himself and needs others to live by depending on human weakness, which is known as the ethic of care. The objective of the article is to identify the way in which the ethics of care intervenes in social organizations, from those that range from the public, private, religious spheres or any type of person with whom one has a relationship. The applied methodology is a qualitative bibliographic review whose purpose is to go from inductive to deductive to understand how to describe the qualities and characteristics within social organizations. In the analysis you can see that there are organizations in the country which provide free services for the benefit of people in vulnerable situations with principles to follow, but they are not fully complied with due to the lack of ethics among some members, giving rise to actions corrupt. Finally, it is concluded that social organizations promote the value of ethics by recognizing improvements through respect, equality, solidarity and justice.

Key words

Ethics, social organizations, care, principles

Introducción

Hablar de las relaciones que una persona establece con los demás, consigo mismo y con el universo del que participa, significa también apelar a los lazos que determinan la calidad de esas relaciones. Según Vega & Gutiérrez (2014) las organizaciones sociales están conformadas por grupos de personas que comparten valores, opiniones, inquietudes e intereses con la finalidad de poder crear estrategias y de esta forma lograr los objetivos y metas para el beneficio de las personas o de una sociedad.

Para Maroscia & Ruiz (2020) una organización social es una representación concreta de la acción colectiva que los individuos, hombres y mujeres realizan de manera coordinada para alcanzar metas y objetivos comunes. En otras palabras, son un espacio de relación y trabajo, constituido por un grupo de individuos que deciden actuar en común consenso con el objetivo de identificar intereses específicos de protegerlos y promoverlos.

Consideradas dentro de la categoría social se consideran a las universidades, centro de investigación, bancos, museos, así como también las iglesias. Así como otro tipo de organizaciones se pueden distinguir entre aquellas sociales, populares y de sociedad civil. (Blanco, 2014)

Entre ellas se identifica a las organizaciones locales referente al comité de los distintos barrios o municipios que buscan formalizar relaciones interdepartamentales más estrechas gracias a los grandes beneficios y posibilidades para crear en una especie de activismo. Así como también existen otros grupos más informales cuyas actividades van entorno a cuestiones culturales y con gran autonomía en cuanto a su funcionamiento (Vivas et. al, 2015).

Las organizaciones sociales se crean y se adaptan a las necesidades que el ser humano tenga, es por esa razón que continuamente aparecen o desaparecen y en algunos casos se modifican, esto se da con el fin de mejorar o dar solución a una problemática. Dubrin (2008) establece que esto puede afectar a un grupo de

personas, hay que tener en cuenta que estas entidades sociales al enfrentarse a la modernización las obliga a ver un panorama más amplio que al estricto control social que han venido acostumbradas a llevar.

En los últimos años se ha escuchado con mucha frecuencia el tema de la ética y su objetivo dentro de las organizaciones y en la vida de las personas, cómo se maneja este término y cómo se lo pone en práctica en especial en las entidades sociales en donde el objetivo de estas es planificar estrategias para lograr el objetivo social que cualquiera de estas organizaciones persigue en beneficio de un grupo de personas o una sociedad.

Vilar (2019) menciona que la ética debe Considere qué debe hacer cada individuo en el trabajo y qué debe hacer la organización para responder a los valores que sustenta el trabajo en equipo. En la organización los principios éticos que aplican suponen un salvoconducto para poder funcionar en un ambiente más o menos estable porque los servicios sociales en los últimos tiempos han venido siendo dependientes de las idas y venidas de la política y la economía por lo cual las organizaciones son afectadas y algunas logran seguir con su función, pero muchas tienen que cerrar sus puertas porque no pueden responder a las necesidades crecientes de la ciudadanía.

En si la ética se refiere al comportamiento moral que cada persona tenga y practique ante alguna situación que se presente en la vida diaria, en saber diferenciar lo correcto de lo incorrecto, es decir es una guía para definir la conducta humana (Cuadros, 2018).

La ética del cuidado por su parte es realizar acciones que van encaminadas a poder dar una respuesta a las necesidades básicas que una persona no puede cubrir por sí sola, al hablar de cuidado es referirse al respeto y a la dignidad que toda persona merece, hay que entender que ningún proyecto personal o social se puede llevar a cabo sin una responsabilidad sin un respeto al ser humano y a su dignidad como tal.

Según Velázquez (2012) la ética del cuidado surge de la toma de conciencia de la vulnerabilidad y dependencia de una persona hacia los demás cuando

experimenta momentos en su vida en los que no puede cuidar de sí misma y necesita de los demás para vivir y encontrar la felicidad. El valor ético del cuidado se reconoce como la clave para responder a las preguntas y dilemas éticos de la sociedad contemporánea, proporcionando un marco de referencia y un curso de acción para aplicar principios universales a situaciones prácticas y viceversa.

En si la ética del cuidado conserva la actitud de que con ella se puede aprender y abordar la toma de las decisiones morales. Esta ética en particular descifra y actúa en el mundo de manera diferente; que viene a definir un nuevo modelo ético más instintivo y homogeneizador.

La ética del cuidado para Ramírez & Alfonso (2009) eleva el cuidado, la responsabilidad y las relaciones interpersonales a un nivel de importancia moral básica. Pero no sólo se queda en el plano privado, sino que por el contrario, al atravesar la dicotomía entre lo público y lo privado, llega hasta la reflexión política, dentro de este concepto se puede decir que en las organizaciones la ética del cuidado no es un concepto que se debe de manejar solo de manera privada ya que en una entidad la ética es lo que debe primar tanto para obtener un buen funcionamiento y manejo de los recursos como para que exista una mejor comunicación y relación entre las personas que pertenecen a la misma.

Este artículo busca investigar si dentro de las organizaciones sociales y en los miembros que la conforman existe el conocimiento, el manejo y la aplicación de la ética del cuidado de una manera correcta, esto con el fin de conocer si aplican estrategias de cambio para lograr sus objetivos establecidos para el beneficio de estas organizaciones como de los grupos que puedan conformar las misma, si dentro de estas se pone en práctica los valores y principios que son orientados hacia las personas destinatarias de los servicios que en estas entidades ofrecen y cuál es su ambiente de corresponsabilidad, accesibilidad para la sociedad o grupo de personas a las cuales va dirigida la organización social.

Metodología

El presente artículo está enfocado en una metodología de revisión bibliográfica por lo cual es una investigación cualitativa. Esto va a pasar de lo inductivo a lo deductivo, debido a que se ha investigado bases bibliográficas de varios artículos para sustentar el objetivo principal de la ética del cuidado dentro de las organizaciones sociales que van enmarcados en el cumplimiento de las acciones en estas entidades.

Bajo el enfoque cualitativo de la investigación, se pretende describir las cualidades y características del objeto del tema de estudio al que se refiere este artículo de ética del cuidado.

Resultados

Dentro de la ética del cuidado podemos definir varios puntos de vista diferentes los cuales ayudan a tomar conciencia de los valores éticos por los cuales una entidad o una organización quieren orientar sus decisiones dentro de un enfoque armónico creando un clima ético con responsabilidad social.

La justificación de la conveniencia o necesidad de que una organización tenga un curso de conducta ético se puede resumir en una cuestión de imparcialidad, solidaridad, calidad y confianza. Para Pelegri (2013) hay mucha evidencia de cuán importante es el trato justo, especialmente para los clientes y empleados de una organización.

Uno de los principales papeles de las organizaciones sociales es lograr un reparto equitativo tanto de bienes y servicios que brindan, asegurando la dignidad de las personas que la integran evitando así perjuicios sociales que son causados por el manejo inadecuado de los fondos que son destinados para la ayuda social.

Se espera de las organizaciones sociales que exista la prioridad al interés público sobre el interés privado. Ocupan especial atención a los derechos humanos, especialmente en términos de garantizar las condiciones materiales que permitan el ejercicio de las libertades fundamentales, que sean cooperativas con la

capacidad de implementar acciones correctoras de las desigualdades (tanto materiales como cognitivas) y cuyos intereses nunca se basen en la expulsión, exclusión, discriminación o percepción inadecuada de otros ciudadanos, se les permite fomentar las relaciones sociales.

Por otro lado, Surribas (2019) explica que la ética del cuidado cuestiona la objetividad e independencia de los demás como aspecto esencial de la respuesta moral. De acuerdo con la ética del cuidado, las cuestiones éticas no deben ser consideradas de manera abstracta, sino que deben abordarse en situaciones específicas, teniendo en cuenta las relaciones personales, el contexto específico de los participantes, las cuestiones socioeconómicas, el contexto y la inclusión. Personas en la comunidad o grupo, la familia en la que vive, etc.

En la ética del cuidado, se toman acciones para satisfacer necesidades básicas del individuo que no puede afrontar por sí solo, el autor menciona que, en el proceso, los detalles, las pequeñas cosas, los pequeños gestos son tan importantes, lo que finalmente hace que la vida sea interesante y le da sentido (Loreto, 2015).

Es tan realista como las necesidades de los demás, el deseo de evitar el daño, el hecho de que los demás sean responsables, el hecho de que alguien debe ser protegido y cuidar de ellos, hay una relación, la moral como deber se deriva precisamente del precepto de que incluso la felicidad y la supervivencia exigen más que autonomía y justicia: es necesario el reconocimiento y cumplimiento de derechos y obligaciones.

En Ecuador algunas de las organizaciones sociales que existen obtienen la ayuda del gobierno o de actores políticos que en vez de buscar el bienestar para estas entidades ofrecen ser parte de ellas, pero a cambio de un beneficio únicamente personal mas no para involucrarse en el trabajo que desempeñan estas organizaciones (Peña, 2012).

Existen organizaciones sociales en el país las cuales brindan servicios totalmente gratis para beneficio de personas que están en situación de vulnerabilidad que buscan ayudar sin esperar una retribución económica, pero en muchas de estas organizaciones el tema de la ética, valores, principios con los que cuentan no son



cumplidos por el tema de la corrupción que existe en algunos de los miembros que la conforman.

La organización social siempre se organiza para lograr un fin, ya sea a través de la supervivencia o a través de la gestión de recursos o beneficios. Es aquel objetivo que concede un sentido a la comunidad y la ayuda a operar de manera mancomunada, para así poder repartirse las tareas necesarias para progresar como un todo al éxito, pero siempre siguiendo y aplicando la ética del cuidado dentro de la organización, estas realizan un papel que tiene un gran alcance para la vida tanto de las personas y las sociedades, ya que tienen la responsabilidad de contribuir al desarrollo sustentable en la sociedad. Es decir, que antes del interés en donde buscan un beneficio económico tiene que prevalecer la responsabilidad y el compromiso del respeto por las obligaciones morales y éticas que se debe tener con las comunidades.

Discusión

Se entiende que las empresas funcionan o tienen su actividad empresarial que es realizada por su capital humano, en donde estas tienen la libertad de decidir si actúan moral o inmoralmente con sus empleados, clientes y sus grupos de interés. Y es allí donde la sociedad emite su juicio en torno a las acciones que las organizaciones realizan.

Las organizaciones sociales lo que buscan es promover el bien común de la sociedad, lo que incluye desarrollar e incentivar este bien en sus aspectos tanto sociales, culturales, dentro de la educación, al igual que las actividades que están relacionadas con lo que se refiere a filantropía y beneficencia pública.

Al aplicar a la ética en una organización social trata de establecer la convivencia entre sus miembros e introducir o profundizar la reflexión de cómo llevar la ética del cuidado en estas entidades y así poder aportar argumentos que puedan buscar el mantener un comportamiento honesto que sea acorde con la dignidad y el buen vivir de las personas que pertenecen a estas organizaciones (Ruiz et. al, 2009).

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Entendemos por cuidar a mantener la vida de las personas siempre y cuando se asegure el buen vivir de estas y satisfacer las necesidades indispensables para la vida, el cuidado ético implica la relación y el contacto moral entre dos personas, como parte de la relación humana. Podemos deducir que esta ética en especial es una disciplina que trata de llevar acciones responsables y morales entre las personas que tiene como objetivo lograr el cuidado de otras personas. Al basarse en la comprensión, surge el reconocimiento de responsabilidad y compromiso hacia los demás como una acción en forma de ayuda.

Este artículo se relaciona a la ética del cuidado y la forma en la que se ha llevado en las organizaciones sociales, pero esta ética se ha relacionado con el cuidado y atención de la mujer hacia los demás tanto en el hogar como profesionalmente.

Con el pasar del tiempo esta perspectiva ha ido cambiando de ideas y pensamientos ya que no solo es la mujer la que puede cuidar, sino que el género masculino también puede involucrarse en el cuidado de hoy en día hacia los demás. Según Uribe (2010) el valor ético del cuidado se ha presentado como un factor clave para poder encontrar las respuestas a los dilemas éticos que la sociedad tiene, ha ayudado a aplicar principios universales a las situaciones reales que se presentan día a día y a reformular las ideas sobre el verdadero significado de la ética del cuidado.

De esta manera dentro de las organizaciones sociales el cuidado no solo es un hecho común, sino que es un elemento para la transformación de las relaciones de convivencia diaria y el compromiso de responsabilidad hacia los demás.

El rol esencial de las organizaciones sociales respecto a la ética del cuidado es aportar, afrontar y resolver las situaciones y conflictos que se presentan continuamente de una manera diferente, con un instrumento básico como lo es el diálogo y la negociación organizando a la sociedad en un enfoque de compromiso, honestidad y ayuda sin esperar nada a cambio solo tener la satisfacción de haber cumplido con los principios y valores no solo de la organización, sino con los personales (Betancur, 2016).

Las organizaciones sociales tienen aspectos donde se puede aplicar o mejorar la ética, deben garantizar la correcta distribución de recursos asignados y para ello crean normas en donde los usuarios deben cumplir con ciertos requisitos y documentación para los procesos o beneficios que estos demandan. Es necesaria la ética del cuidado dentro de una organización ya que gracias a esta sus miembros se comprometen a cumplir con los principios y valores creados y actúan de manera eficiente, razonable y solidaria.

Conclusión

La ética en las organizaciones sociales debe relacionarse con las entidades públicas y privadas que actúan para estas, reconociendo que deben mejorar constantemente su compromiso ético consigo mismo y con la sociedad. En este sentido, las personas encargadas de manejar estas organizaciones deben ser capaces de distinguir cuándo están en juego los aspectos morales de la misma.

Los líderes a cargo de las distintas organizaciones sociales deben realizar observaciones pertinentes que ayuden a descubrir si existe una mala administración, ineficiente manejo inadecuado de los recursos y fondos de los cuales dispone la organización, para los cuales están destinados y de esa manera condenar las acciones que perjudican a la organización.

Es necesaria la ética del cuidado dentro de una organización porque gracias a esta sus miembros se comprometen a cumplir con los principios y valores creados y actúan de manera eficiente, razonable y solidaria.

Las organizaciones sociales deben fomentar el valor de la ética en cada miembro que la conforman para así crear el valor del cuidado, respeto, igualdad, solidaridad y la justicia renunciando a las posiciones de privilegio y dando oportunidades de participación a la ciudadanía con una coordinación de sus profesionales para velar, impulsar y asegurar que estos den respuestas ante situaciones complejas que se presenten y actuar de una manera eficiente a las posibles repercusiones que puedan presentarse.

Referencias bibliográficas

Betancur, G. (2016). La ética y la moral: paradojas del ser humano. *Revista CES Psicología, 9*(1), 109-121. doi:ISSN 2011-3080

Blanco, É. (2014). ¿Organizaciones o movimientos sociales? Esbozo de una crítica a una distinción conceptual. El caso de las organizaciones sociales en la Ciudad de México. *Territorios*(31), 15-35. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/357/35732479002.pdf

Cuadros, R. (2018). Ética y formación de investigadores: la importancia de las virtudes y la sabiduría práctica. *Revista Colombiana de Educación, 1*(79), 223-242. doi:10.17227/rce.num79-7972

Dubrin, A. (2008). *Relaciones Humanas Comportamiento Humano en el Trabajo.* Ciudad de México, México: Pearson Prentice Hall.

Loreto, G. (2015). LA ÉTICA DEL CUIDADO Y SU APLICACIÓN EN LA PROFESIÓN ENFERMERA. *Acta Bioethica, 21*(2), 311-17. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/554/55442862017.pdf

Maroscia, C., & Ruiz, P. (2020). Las Organizaciones De La Sociedad Civil En Epoca De Pandemia. Reflexiones Hacia Una Nueva Normalidad: ¿Nuevos Desafíos O Mismas Realidades? *Ciencias Administrativas*(17), 1-12. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/5116/511664275011/511664275011.pdf

Pelegri, X. (2013). Ética de las organizaciones de Servicios Sociales (parte II). *Cuadernos de Trabajo Social, 26*(2), 359-369.

Peña, J. (2012). Estado y movimientos sociales: historia de una dialéctica impostergable. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*(44), 67-83. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/509/50923939005.pdf

Ramírez, D., & Alfonso, G. (2009). LA ÉTICA DEL CUIDADO. HACIA LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS CIUDADANÍAS. *Psicología desde*

el Caribe(23), 183-213. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/213/21311917010.pdf

Ruiz, J., Silva, N., & Vanga, M. (2009). Ética Empresarial Y El desempeño Laboral En Organizaciones De Alta Tecnología (OAT). *13*(43), 417-441. doi:10.37960/revista.v13i43.10504

Surribas, M. (2019). Descubriendo la importancia ética del cuidado. Folia humanística. *Revista de salud, ciencias sociales y humanidades*, 27-39.

Uribe, J. (2010). *Las organizaciones para la acción colectiva y la participación ciudadana.* Distrito Federal, México: Revista del Centro de Investigación.

Vega, C., & Gutiérrez, E. (2014). Nuevas aproximaciones a la organización social del cuidado. Debates latinoamericanos Presentación del Dossier. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*(50), 9-26.

Velazquez, M. (2012). *Ética en los negocios: conceptos y casos.* México: Pearson.

Vilar, J. (2019). La ética en la práctica cotidiana del ejercicio profesional. *Revista de educación social, 1*(10), 1-32. Obtenido de ISSN 1698-9007

Vivas, O., Gómez, J., & González, J. (2015). Un aporte al estudio de las formas de organización social desde la orilla de la participación política en Colombia. *Cuadernos latinoamericanos de Administración, XII*(21), 75-92. Obtenido de https://marcalyc.redalyc.org/pdf/4096/409643604008.pdf

Capítulo 6

El impacto del comportamiento de los individuos en las organizaciones

El impacto del comportamiento de los individuos en las organizaciones

The impact of the behavior of individuals on organizations

Macias-Loor, Jazmina Mariela
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: jazmina.macias@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-7423-5713

Andrade Conforme, Carelys Liseth
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: carelys.andrade.conforme@utelvt.edu.ec.
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-8944-6487

Pilatuña Vélez, Luis David
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: luiz.pilatuna.velez@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-6266-9733

Pin Zamora, Luis Fernando
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas
Correo: luis.pin.zamora@utelvt.edu.ec
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-8052-6544

Resumen

Debido a la importancia que contrae el comportamiento organizacional representando un eje dinamizador para la eficiencia en una empresa, es necesario considerar la forma en la cual se desarrollan los individuos dentro del área de trabajo, puede ser favorable o no favorable según la situación en la que se maneje el caso. Por consiguiente, el objetivo de la investigación es analizar el impacto que tiene el comportamiento de los colaboradores internos dentro de las organizaciones a fin de convertirse en una llave maestra para alcanzar un liderazgo eficaz. La metodología aplicada es de carácter descriptiva, en la cual se recolecta información mediante datos bibliográficos para brindar interpretación del comportamiento de las personas en sus ambientes de trabajo a través del método analítico. Se encuentra que las entidades a fin de seguir siendo competitivas

recurren a medidas para reducir sus costos mediante reingeniería en sus procesos y despidos de personal, lo cual impacta en la mente de los colaboradores al caer en un ambiente de incertidumbre quitando el sentido de pertenencia de los miembros de la organización. Finalmente se concluye que mayor responsabilidad recae sobre los altos mandos, al tener como deber implementar métodos orientados a los pensamientos y forma de actuar de los trabajadores, los cuales aporten positivamente al ambiente organizacional para hacer sentir realizados a los colaboradores internos.

Palabras clave

Comportamiento, liderazgo, ambiente laboral, organizaciones

Abstract

Due to the importance of organizational behavior, which represents a dynamizing axis for the efficiency of a company, it is necessary to consider the way in which individuals develop within the work area, which can be favorable or unfavorable depending on the situation in which the case is handled. Therefore, the objective of the research is to analyze the impact that the behavior of internal collaborators has within the organizations in order to become a master key to achieve an effective leadership. The methodology applied is descriptive in nature, in which information is collected through bibliographic data to provide interpretation of the behavior of people in their work environments through the analytical method. It is found that in order to remain competitive, entities resort to measures to reduce their costs by reengineering their processes and personnel layoffs, which impacts on the minds of employees by falling into an atmosphere of uncertainty, removing the sense of belonging of the members of the organization. Finally, it is concluded that greater responsibility falls on top management, whose duty it is to implement methods oriented to the thoughts and actions of workers, which contribute positively to the organizational environment to make internal collaborators feel fulfilled.

Key words

Behavior, leadership, work environment, organizations

Introducción

Actualmente el mundo está caracterizado por una fuerte competencia a nivel nacional e internacional, por lo que se hace imperativo buscar alternativas de solución que conduzcan a mejorar la calidad y eficiencia de los servicios de cada empresa, de ello depende dos factores básicos que son la adquisición de nueva tecnología y equipos avanzados que permitan ser más eficientes producción de bienes y servicios, por otro lado, la implementación de proyectos organizacionales que aumenten las oportunidades de ventas a través de brindar un mejor servicio brindado por personal altamente motivado (Díaz et. al, 2021).

El incentivar a los trabajadores da como resultado un buen comportamiento organizacional; el cual analiza aspectos de cómo se gestiona el capital humano dentro de la empresa, por tanto, la organización de cada miembro, su identidad con la entidad, personal y el desarrollo de carrera, estos se expresan como: motivación, creatividad, productividad, identificación y pertenencia emergente (Molina et. al 2016).

Según Martínez (2005) dentro de cada organización, las personas se dividen en pequeños grupos en los que tendrán que realizar diferentes actividades de acuerdo a sus tareas asignadas, donde pasarán horas en diferentes ambientes, por lo que cada persona tendrá diferentes perspectivas, capacitaciones y comportamientos. Por eso es necesario lograr un comportamiento organizacional adecuado para lograr mayores niveles de eficiencia dentro de la empresa.

A pesar de que el ambiente laboral va cambiando de manera muy rápida y los valores al igual que los recurso son cada vez más escasos, es necesario comprender que esto influye en el rendimiento de los trabajadores en las empresas, por esta razón el comportamiento organizacional debe ser un proceso guiado por un enfoque integral orientado hacia el clima laboral, el proceso clave y la estructura de la empresa, utilizando una perspectiva amplia del sistema.

En cuanto al conocimiento de los individuos dentro de su ámbito laboral donde realizan las actividades programadas por la organización, junto con el desarrollo de la sociedad, la organización también tiene muchos cambios, se han hecho progresos de formas aceptables intentando equilibrar la calidad de vida con la productividad deseada. Mencionan Pesántez & Guapacaza (2012) por esta razón se han desarrollado nuevos métodos con una visión en la que el pensamiento humanista destacado es precisamente en su nombre, el centro de su preocupación humana

Para lo cual según Díaz (2013) se deben usar nuevos métodos a considerar porque no hay organizaciones iguales, cada una tiene su propia historia, reglas, patrones de comunicación, sistemas, procedimientos, y estructuras que conforman su cultura, las organizaciones son regidas por un conjunto de normativas distintas.

Al no existir fórmulas o prácticas simples para trabajar con las personas y sin soluciones única e ideales para los problemas de la organización, todo lo que se puede hacer es aumentar la comprensión y la capacidad de sobrevivir en las relaciones humanas en el trabajo (González et. al, 2015).

A fin de una mayor comprensión de cada empleado, se busca conocer lo mayormente posible al individuo, sus características generalmente son de fácil obtención por parte del administrador e incluyen información útil acerca del historial del empleado. Estas son: edad, género, estado civil, habilidades de cada individuo, forma de aprendizaje, personalidad, ambiente, situaciones, actitudes y satisfacción con el trabajo.

Destacan García et. al (2020) que todos los profesionales necesitan de la comprensión de los fenómenos organizacionales al tener la responsabilidad del manejo de personas y recursos de la sociedad. En la actualidad moderna con los nuevos avances de las tecnologías la competencia en las empresas y todos los ámbitos es evidente, ya que el desarrollo de las empresas también va ligadas al desarrollo, actualmente la competencia se rige por compromisos de ver los hechos, decir, dirigir, pensar y sentir.

Cabe recalcar que es de vital importancia el estudio organizacional, éste se considera un eje que dinamiza la eficiencia y eficacia en las empresas, actualmente constituye una reflexión muy importante. Para que una empresa se desarrolle se debe considerar como punto clave la actitud de quienes la conforman, es por esto que la herramienta organizacional es necesaria en todas las empresas que deseen su rápido y eficaz desarrollo.

Metodología

La modalidad es investigativa, es decir los datos que se presentarán en el documento son de investigaciones obtenidas de internet cuyas fuentes serán verídicas y confiables, donde el tema de estudio es "el impacto del comportamiento de los individuos en las organizaciones". La investigación es basada con datos de profesionales conocedores del comportamiento de los individuos en las diferentes organizaciones.

Descriptiva

Como lo indica Abreu (2012) una investigación descriptiva es la que analiza las características de una población o fenómeno sin la necesidad de entrar a conocer las relaciones que existen entre ellas

Método de recolección de datos bibliográficos.

Se requieren datos bibliográficos que certifiquen la relevancia e importancia de este, para así fundamentar y estructurar nuestra investigación con datos e información científica.

Método Analítico

Al analizar el comportamiento que tienen las personas cuando son sometidas a ciertos tipos de trabajos en un ambiente ya creado en las organizaciones, de tal manera que el individuo se pueda adaptar a su entorno laboral para realizar sus respectivas actividades de manera eficaz y más productiva (Carlessi, 2018).

ISBN: 978-9942-7014-3-5

Resultados

Según Monterroso (2016) de acuerdo a la investigación realizada con respecto al impacto del comportamiento de los individuos en las organizaciones, se puede concluir que sin importar de donde se obtenga la información se llegará al mismo resultado de que lo más importante es el comportamiento de quienes conformen las empresas, organizaciones de cualquier índole u sindicatos, también se debe considerar que actualmente comparado con años atrás existe una gran diferencia con los avances tecnológicos y esto hace que la competencia es visible en todos los medios.

La autora Tristá (2019) menciona que el comportamiento humano es clave, la empresa de manera analista dirige el enfoque hacia esta acción realista, el comportamiento se enfoca a los actos y actitudes de los individuos en la organización. Con la finalidad de mejorar el comportamiento laboral en la institución el comportamiento organizacional da uso al estudio sistemático.

En general el comportamiento organizacional dependerá de la manera en cómo es gestionada el capital humano, así como la manera de cómo están integrados los miembros que la conforman, debe identificar cómo se identifican con la institución, al igual de la manera en la que se manifiesta su incremento emocional y profesional en su ambiente, como se da la motivación, la creatividad diaria, la productividad, la pertenencia y la identificación con su ambiente laboral y la empresa.

Asimismo, en la mayoría de los estudios, al referirse a algún instrumento o factor que afecta el comportamiento humano, se debe establecer que el comportamiento de los empleados no es resultado directo de factores organizacionales existentes, sino que depende de un gran factor organizacional. Fuera de alcance. Sobre la medición de las valoraciones de los empleados sobre estos factores en relación con las actuaciones realizadas.

Las experiencias, interacciones del colectivo con la empresa, son determinados por factores como; clima, cultura y el cambio organizacional que influyen en la

ISBN: 978-9942-7014-3-5

conformación de los diversos niveles de la responsabilidad social, siendo de esta manera determinante en la efectividad de cumplir los objetivos sociales de cada empresa (Páramo, 2017).

Según Ribes (2015) los requisitos de comportamiento organizacional se reducen y conducen a la indiferencia, además, la indiferencia y la inconsistencia afectan la efectividad de la capacidad humana, lo que muestra que la motivación de los empleados moldea el comportamiento y otros aspectos en el lugar de trabajo, a saber, la percepción quien está trabajando.

El talento humano tiene las estructuras y procesos que ocurren en el medio laboral, de esta manera se puede o no conllevar un comportamiento organizacional de satisfacción, la resistencia o participación, la motivación o también la desmotivación, son factores que puede afectar gravemente a una empresa o institución si los empleados no están motivados se refleja en su trabajo.

Según Ganga & Villacís (2018) por ello Las opiniones y reacciones varían según las diferencias individuales y se ven afectadas por diversos factores que pueden afectar muchas ideas y por lo tanto se forma la actitud del empleado como la organización, el trabajo en equipo, la comunicación, la motivación, la satisfacción, la toma de decisiones, las relaciones, la existencia futura. . planificación de objetivos de gestión, entre otros, desarrollados en el lugar de trabajo utilizando las mismas ideas descritas anteriormente.

Suárez et. al (2020) mencionan que, en el ámbito de las organizaciones, el comportamiento satisfactorio de un trabajador se manifiesta con satisfacción al trabajo que realiza mientras participa activamente y se compromete como actor del sistema donde laboralmente creando un impacto en el logro de las metas y la misión de la organización.

Hay que decir que hay algunos casos en diferentes partes de la república, a nivel local y regional, que parecen mostrar cómo las personas piensan acerca de las organizaciones al utilizar nuevos métodos y prácticas de trabajo en sus lugares de trabajo. mejorar la salud y las condiciones de trabajo de los trabajadores a través de los recursos humanos. (García et. al, 2020).

En empresas u organizaciones donde no se le brinda un excelente ambiente laboral al personal, los trabajadores suelen tener comportamientos donde se evidencia la apatía, baja motivación, falta de interés, falla en la comunicación y poco esfuerzo para promover la resolución de problemas.

Considerando esta afirmación, se puede decir que el éxito de las organizaciones está bajo el liderazgo de sus líderes, quienes deben tener las cualidades que los definan como verdaderos líderes; sea creativo, fomente y atraiga el cambio, desarrolle la cohesión dentro de las organizaciones a través de la integración de equipos, sea flexible, confíe en los miembros de la comunidad científica para tomar decisiones, y más. (Díaz et. al, 2021).

Cada vez hay más pruebas de que las organizaciones de éxito ponen a la gente primero, logrando mejores resultados en sus empresas y sus ingresos, los administradores inteligentes han aprendido que los empleados de su organización son su única ventaja competitiva, por esta razón son priorizados. Los competidores podrán imitar los productos, procesos, ubicaciones, canales de distribución, pero si no cuenta con un personal motivado, las ganancias varían en gran medida.

Sin embargo, indican Ganga & Villacís (2018) es más complicado de rivalizar una fuerza de trabajo conformada por personas que estén bien preparadas y a su vez motivadas, esto muestra las características que distinguen a las compañías exitosas de las no tienen éxito alguno, es importante calidad de las personas que logran contratar y retener las que aseguran el éxito. Se puede resaltar al menos cuatro de ellas:

- Valoran y respetan la diversidad cultural, buscando una fuerza diversificada de acuerdo a su edad, el género u origen étnico lo cual carece de relevancia.
- Muestran interés por la familia; apoyan a los trabajadores equilibrando las responsabilidades laborales al igual que las personales mediante programas con horarios flexibles además instalaciones locales de guardería.

- Invierten determinadas cantidades de dinero en la capacitación de los empleados para mantener sus destrezas actualizadas.
- Las organizaciones empoderan a sus empleados transfiriendo autoridad y responsabilidad a niveles inferiores.

Es una realidad que las empresas que priorizan a sus trabajadores logran contar con una fuerza de trabajo más integrada y dedicada, su estado de ánimo feliz y comprometido con sus labores que debe realizar a diario, representando una mayor productividad y satisfacción de los empleados, de esta manera ellos están dispuestos a realizar un esfuerzo extra y así obtener un mejor desempeño y completar su trabajo con entusiasmo.

El método de priorizar a los trabajadores permite que las organizaciones contraten personal con más inteligencia, de preferencia que sean conscientes y leales, es fácil decir "yo pongo a mis trabajadores en primer lugar", es importante no confundir las palabras con los actos ya que son totalmente diferentes (Martínez, 2005).

Para lograr ser competitivos en la economía global, acuden a medidas de reducción de costos, hacen la reingeniería de sus procesos y reducen el tamaño de su personal permanente, llevándose los puestos a otros países, en los cuales tienen costos más bajos, también contratan empleados a tiempo completo para sustituir a los puestos eventuales.

Las organizaciones en crisis comienzan a reducir el negocio como primer paso, y las empresas que no están en crisis siempre evalúan las necesidades de sus empleados para reducir y aumentar los empleados que consideran innecesarios hasta que se consideran necesarios en la competencia actual. Desafortunadamente, muy pocas organizaciones pueden ofrecer empleo permanente a sus empleados o brindarles cierto grado de seguridad laboral.

En la mayoría de las entidades actuales, los empleados tienen costos variables, los niveles de personal se mantienen al mínimo y los empleados se agregan o despiden

según sea necesario. Cabe señalar que la estrategia de reducir los costos laborales es popular en todo el mundo.

Las empresas u organizaciones basan su enfoque en el paradigma de la complejidad, mostrando una visión la cual rescata la innumerable casualidad que existe en las relaciones de los factores; la incertidumbre de su ocurrencia e interacción; la no linealidad entre la causa y el efecto; y la coexistencia del orden y del desorden.

En esto intervienen tanto los factores internos como de los externos, es decir, en las empresas existen estas variables tanto controlables como no controlables y estas interactúan de manera continua, siendo el comportamiento humano y su interdependencia con la dimensión técnica de la organización una de estas variables inherentes al sistema (Monterroso, 2016).

Para los empleados, trabajar en las empresas u organizaciones es muy complicado ya que deben regirse a todas las experiencias organizacionales, sin embargo, el comportamiento de algunos miembros puede hacer que los empleados puedan tener experiencias organizacionales agradables enriqueciendo sus conocimientos, si no se maneja bien este tema puede suceder todo lo contrario, la noción del comportamiento humano y su rol en el desarrollo organizacional es consecuencia de una evolución histórica y metodológica en el estudio de la Administración combinado con los aportes de la Psicología Laboral y Organizacional.

Comprender cómo funciona el comportamiento en el lugar de trabajo ayuda a los gerentes a involucrar, administrar, crear o aconsejar comportamientos, actitudes, relaciones, contexto organizacional y entorno. (Suárez et. al, 2020).

Discusión

Mediante la revisión de las distintas investigaciones sobre el impacto del comportamiento organizacional, definimos el comportamiento como la forma de vida de un individuo y un conjunto de acciones que realiza en respuesta a su entorno; siendo respuesta a un motivo que incluye componentes psicológicos, fisiológicos y motores.

Para obtener un exitoso manejo acertado en el desarrollo de las organizaciones y empresas, se encuentra en la actitud de las personas que forman parte de ella, debido a esto el comportamiento organizacional es considerado como una herramienta necesaria que logra muchos beneficios para todas las empresas sin distinción.

Con los resultados de una adecuada gestión organizacional se obedecerá en gran parte a cómo se da la motivación e inspiración, también se debe tomar en cuenta un conjunto de factores que van desde la creatividad, la productividad y el sentido de pertenencia de los miembros de la organización, de esta manera se logra un mejor uso del denominado capital humano.

Según González et. al (2015) los diferentes procesos influyen en el comportamiento de la organización y sus diferentes niveles de análisis se convierten en los que permiten desarrollar estrategias adecuadas para comprender y mejorar los desafíos. lo cual es lograr cambios en las empresas y de esta manera convertirse en la llave maestra para lograr alcanzar un liderazgo más eficaz.

Con este método se generarán ventajas competitivas que aumentar el beneficio de la empresa para que luego pueda generar lucros y mayores ventas de sus productos o servicios, para esto se debe considerar que el adecuado ambiente laboral, la adecuada motivación con los puntos más adecuados para los trabajadores van de la mano con sus preocupaciones diarias y sus necesidades que de una u otra forma terminan influenciando el rendimiento de la empresa (Ribes, 2015).

Las grandes empresas son líderes en los mercados nacionales e internacionales con un índice de aprendizaje de sus colaboradores que son los mejores para lograr resaltar en la comercialización de los productos o servicios que brinde.

Conclusión

El componente primordial de una organización son las personas, quienes están mezcladas en diversos ambientes, en medida esto puede ser positivo o negativo,

por esta razón se debe considerar métodos de despeje de pensamientos para que se relajen, recargue energías y vuelva más dinámico y motivado con un sentido de pertenencia hacia la empresa, el cual parte con responsabilidad desde los altos mandos, con la finalidad de poder determinar la razón de un inconveniente.

Cada empresa debe contar con un método para mejorar el ambiente laboral, ya que el individuo que representa la organización puede influenciar el entorno de trabajo de la entidad y eventualmente generar el suficiente impacto sobre el resto de sus compañeros de gestión. El manejo de la empresa con respecto a la influencia que genera la personalidad de sus integrantes y el impacto que conlleva a la organización puede ser moldeable, es decir, si se sabe orientar los pensamientos y manera de actuar de los individuos de manera favorable.

El buen comportamiento de un individuo es necesario para la óptima gestión organizacional al ser el resultado de una adecuada motivación, productividad, creatividad y el sentido de pertenencia de los miembros de la organización u empresa. De esta manera se puede lograr un mejor uso del capital humano y así se lograr ventajas competitivas aumentando los beneficios de la empresa. La motivación, los incentivos hacia los miembros de las organizaciones es muy importante de modo empresarial, convirtiéndose así en la llave maestra para alcanzar un liderazgo eficaz.

Referencias bibliográficas

Abreu, J. (2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience, 7*(2), 187-197.

Carlessi, H. (2018). *Manual de término en investigación científica, tecnología y humanística.* Lima: Bussiness Support Aneth.

Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal, 6*(1), 145-161. doi:10.33890/innova.v6.n1.2021.1465



Díaz, S. (2013). Lo humano en la Teoria de las Organizaciones. *Visión general*(1), 45-57. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545895008.pdf

Ganga, F., & Villacís, H. (2018). Factores individuales y grupales que influyen en la productividad de los trabajadores de las grandes y medianas empresas de Guayaquil. *Revista perspectivas*(42), 97-122. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332018000200005&lng=es&nrm=iso

García, C., Celis, E., & Contreras, O. (2020). Identificación profesional y comportamiento organizacional de los profesionales de la comunicación. *Suma de Negocios, 11*(25), 139-148. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-910X2020000200139&lng=en&nrm=iso

González, I., Melo, N., & Limón, M. (2015). El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico. *Estudios Gerenciales, 31*(134), 8-19. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/212/21233043002.pdf

Martínez, J. (2005). Las personas en la organización. *Revista equidad y desarrollo*(3), 35-43.

Molina, L., Briones, Í., & Arteaga, H. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. *Ciencias económicas y empresariales, 2*(4), 498 - 510.

Monterroso, E. (2016). Competitividad y estrategia: conceptos, fundamentos y relaciones. *RED sociales, 3*(3), 4-26.

Páramo, D. (2017). Cultura y comportamiento humano. *Pensamiento y gestión*(43), 1-15. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762017000200001&lng=en&nrm=iso

Pesántez, S., & Guapacaza, D. (2012). *Análisis del comportamiento organizacional del personal docente, administrativo y de servicios de la universidad politécnia salesiana, sede cuenta.* Cuenca: Tesis previa a la obtención del título de ingeniero comercial.

Ribes, E. (2015). En busca de una teoría de la conducta radicalmente psicológica: Respuesta a Marino Pérez. *Acta Comportamentalia, 23*(1), 25-33. Obtenido de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-81452015000100003&lng=pt&nrm=iso

Suárez, M., Álvarez, M., & Vásquez, M. (2020). La Cultura Organizacional a través de las teorías organizacionales: nacimiento, crecimiento y madurez. *Revista San Gregorio*(40), 145-156. doi:10.36097/rsan.v1i40.1387

Tristá, B. (2019). La orientación del comportamiento humano en las instituciones de educación superior. *Retos de dirección, 13*(2), 229-245. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552019000200229&lng=es&nrm=iso

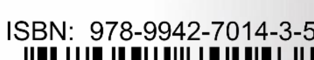
Resumen

El presente manuscrito es resultado de investigaciones multidisciplinarias bajo diferentes perspectivas científicas-académicas, mediante la confrontación de criterios de diferentes autores bajo un enfoque descriptivo que señala la importancia de ética en varios escenarios actuales como son la discriminación del trabajo dentro del caso de estudio en Santo Domingo, se resalta la importancia de los principios éticos en los negocios globales, se analiza la perspectiva ética de la publicad en empresas ecuatorianas bajo un enfoque de responsabilidad social, se aborda temáticas como la ética laboral desde la perspectiva de un mercado cambiante, al igual que la ética en organizaciones sociales y por último se abordan el tema el impacto del comportamiento de los individuos dentro de las organizaciones empresariales. Estos estudios se realizan desde una mirada científica y se la acerca a la realidad ecuatoriana.

Editorial Grupo AEA



www.grupo-aea.com
www.editorialgrupo-aea.com
Grupo de Asesoría Empresarial & Académica
Grupoaea.ecuador
Editorial Grupo AEA



ISBN: 978-9942-7014-3-5

